

الاستراتيجية الوطنية للإعلام السكاني

2022 – 2018



Jordan Media Institute • معهد الإعلام الأردني

الفهرس

تشير المؤشرات السكانية الى ان الأردن على اعتاب تحول ديموغرافي يحمل فرصة سكانية، يؤدي استثمارها الى تحقيق العديد من الفوائد والمنافع الاجتماعية والاقتصادية للمجتمع، وصولا لتحقيق الرفاه للمواطن الأردني في كافة المجالات.

وانطلاقا من دور المجلس الأعلى للسكان كمرجع لكافة القضايا والمعلومات السكانية المتعلقة بالتنمية، للمساهمة في وضع السياسات والاستراتيجيات وخطط العمل ومتابعة وتقييم تنفيذها وكسب التأييد ونشر الوعي حولها مع تعزيز القدرات الوطنية في هذا المجال بالتنسيق مع الشركاء والجهات المعنية، بهدف مواجهة التحديات السكانية واستثمار الفرصة السكانية المتوقع حدوثها عام 2040، وايمانا منه بدور الاعلام المهم والفاعل في دعم الجهود التي يبذلها في مواجهة التحديات السكانية، يسر المجلس الاعلى للسكان إصدار الاستراتيجية الوطنية للإعلام السكاني للأعوام (2018-2022) والهادفة لتنظيم الجهود الإعلامية وتكثيفها ضمن اهداف واضحة واطار زمني محدد، لدعم القضايا والسياسات السكانية.

ويتمثل الهدف العام من هذا الاستراتيجية والتي تم اعدادها وفق منهجية تشاركية وعلمية متكاملة ببناء أجندة إعلامية داعمة للجهود الوطنية الهادفة لاستثمار وتحقيق الفرصة السكانية من خلال بناء قدرات إعلامية مهنية متخصصة في مجال التنمية والسكان، و توفير معلومات سكانية بجودة عالية وتمكين الإعلاميين من الوصول إليها، و تطوير دور الإعلام في تهيئة بيئة سياسية ومؤسساتية وتشريعية داعمة للفرصة السكانية، و تفعيل دور الاعلام ووظائفه في زيادة الوعي لدى الفرد والمجتمع لتبني توجهات داعمة للقضايا السكانية.

وتبين الاستراتيجية أهمية تنسيق جهود المؤسسات الوطنية ذات العلاقة لتوفير المعلومات والبيانات السكانية اللازمة للإعلاميين للقيام بدورهم المهم في دعم السياسات السكانية، حيث جاءت المجالات الأساسية لاستراتيجية المحتوى الاعلامي بحيث تخدم استثمار الفرصة السكانية ومواءمتها مع التطورات الاقتصادية والاجتماعية الى جانب القضايا السكانية الساخنة في سنوات تنفيذ هذه الاستراتيجية؛ وهي أربعة مجالات أساسية: الصحة الإنجابية والأسرة الصغيرة، تمكين الشباب الأردني، تعزيز المساواة وتكافؤ الفرص للجنسين وتمكين المرأة والفتاة، والهجرة الدولية واللاجئون.

وختاما، اتقدم بجزيل الشكر والتقدير من صاحبة السمو الملكي الاميرة بسمة بنت طلال المعظمة لدورها الفاعل والمستمر في دعم المجلس، كما اتوجه بجزيل الشكر لكل من ساهم في اعداد الاستراتيجية، واخص بالذكر معهد الاعلام الأردني وفريق الخبراء الإعلاميين والباحثين، ومشروع تواصل لسعادة الاسرة الممول من الوكالة الأمريكية للتنمية الدولية، وفريق المجلس الأعلى للسكان، على جهودهم المتميزة.

داعين الله العلي القدير ان يوفقنا لما فيه خير لوطننا الغالي، بقيادة صاحب الجلالة الملك عبدالله الثاني بن الحسين حفظه الله ورعاه.

الأمين العام

م. ميسون عيد الزعبي

الملخص التنفيذي

هذه الاستراتيجية الوطنية الأولى في مجال الإعلام السكاني، وسبق أن وضِعت استراتيجيات ووثائق في مجال الاتصال السكاني بشكل عام جاء الاهتمام بالإعلام فيها باعتباره أحد أدوات الاتصال.

ويُقصد بهذه الاستراتيجية: مجموعة الجهود المنظمة والمخطط لها التي تُرشد الإعلام الأردني العام والخاص في مجالات توفير المعلومات، ورفع مستوى المعرفة والوعي في مجال السكان، والتأثير على اتجاهات واعتقادات وسلوكيات الجمهور الأردني بكل مكوناته ومستوياته العمرية، والتأثير على أولويات صناع السياسات العامة بما يخدم أهداف السياسة السكانية للدولة الأردنية، وبما يتوافق مع متطلبات التنمية الاقتصادية والاجتماعية المستدامة، وتحسين نوعية حياة المواطن الأردني.

تم تطوير هذه الاستراتيجية وفق منهجية علمية متكاملة نفذها مجموعة خبراء على مبدأ توسيع قاعدة المشاركة والمشاورات مع المؤسسات الشريكة ووسائل الإعلام والإعلاميين، وبعد مراجعة شاملة للجهود العلمية والمهنية السابقة في مجالات الاتصال والإعلام السكاني والخبرات الدولية التي نجحت في استخدام وسائل الإعلام في دعم السياسات السكانية.

تزداد أهمية وجود هذه الاستراتيجية مع الإدراك العام بتراجع دور الإعلام في دعم السياسات السكانية، حيث يشهد الأردن مرحلة بالغة الحساسية في المشكلة السكانية، فمن المنتظر أن يدخل الأردن قريباً مرحلة التحول الديمغرافي في التركيب العمري للسكان المعروف بـ "الفرصة السكانية" حيث سترتفع نسبة السكان في سن العمل في الفئة العمرية 15-64 سنة بشكل اكبر من الفئة المعالة (اقل من 15 سنة واكثر من 64 سنة) ؛ ما يتطلب سياسات ملائمة في التعليم والتدريب والتشغيل والصحة وتوزيع الموارد وغيرها.

كما شهد الأردن في السنوات الخمس الأخيرة زيادة قسرية كبيرة في السكان نتيجة حالة عدم الاستقرار التي مرت بها المنطقة العربية، وأدت إلى موجات من اللاجئين، أهمها اللجوء السوري. وحسب نتائج التعداد العام للسكان والمساكن في عام 2015، تبين أن ما يقارب نصف السكان يتركزون في العاصمة، ما يدل على حجم خطورة سوء التوزيع الجغرافي للسكان .

هذه الاستراتيجية صُممت لخمس سنوات قادمة من المتوقع أن تستمر فيها معظم الملامح السكانية الراهنة حيث حُددت الرؤية الاستراتيجية بما يتفق وفلسفة السياسة السكانية الوطنية. كما تم تحديد الهدف العام للاستراتيجية المتمثل ببناء أجندة إعلامية وطنية داعمة للتنمية وللقضايا السكانية، وانطلاقا من هذا الهدف تم تحديد أربعة أهداف فرعية تدور حول تطوير قدرات الإعلاميين الأردنيين وخلق كتلة حرجة Critical

massاي كتلة متميزة ورائدة من الإعلاميين المهنيين المتخصصين في مجال الإعلام السكاني تكون مهمتهم قيادة التغيير في أداء وسائل الإعلام الأردنية لصالح بناء أجندة إعلامية داعمة للأولويات السكانية.

كما تناولت الأهداف الخاصة: تطوير الإعلام في نشر الوعي بالقضايا السكانية، وتطوير دور هذه الوسائل في تغيير تصورات واتجاهات وسلوكيات الأفراد، والتأثير على صناع السياسات العامة بما يخدم الأهداف السكانية الوطنية.

أما المجالات الأساسية لاستراتيجية المحتوى الإعلامي، فإنها تعكس فلسفة الفرصة السكانية ومواءمتها مع التطورات الاقتصادية والاجتماعية الى جانب القضايا السكانية الساخنة في سنوات تنفيذه هذه الاستراتيجية؛ وهي أربعة مجالات أساسية: الصحة الإنجابية والأسرة الصغيرة، تمكين الشباب الأردني، تعزيز المساواة وتكافؤ الفرص للجنسين وتمكين المرأة والفتاة، والهجرة الدولية واللاجئون.

وتناولت الاستراتيجية رسم خارطة أساسية حول أدوار الشركاء الاستراتيجيين، توضح أدوار المؤسسات الداعمة للإعلام السكاني. كما تُقسِّم الاستراتيجية الجمهور المستهدف إلى ثلاثة خطوط، الخط الأول المستهدف يتمثل في وسائل الإعلام والإعلاميين حتى يتمكن هذا الطرف من الوصول إلى الخط الثاني المتمثل بالمؤسسات الداعمة وصناع السياسات ومتخذي القرارات، ثم الخط الثالث الأوسع والأكثر شمولية المتمثل بالمجتمع.

تشتمل مصفوفة التوجهات والأولويات والمجالات على آلية تنفيذ الاستراتيجية وتحويل الأهداف إلى برامج وأنشطة قابلة للتنفيذ وفق الخطة التنفيذية التي سوف تتفرع عن هذه الاستراتيجية، كما توضح هذه المصفوفة الشركاء التنفيذيين والشركاء الداعمين وفق كل توجه.

إن الإعلام السكاني في الأردن بحاجة إلى دفعة قوية في الحضور والاشتباك الإيجابي مع مختلف محركات التنمية الوطنية، وبحاجة إلى الاستفادة من التجارب الناجحة في العالم والبناء عليها؛ بما يخدم الأهداف التنموية الوطنية، كما أنه بحاجة إلى تطوير الأدوات والمحتوى بما ينسجم مع التحولات الكبيرة التي يشهدها الإعلام، والتحولات والأولويات التنموية والسكانية الوطنية.

مقدمة

شهد الأردن في آخر عقدين، تطورات اجتماعية وسكانية سريعة، إلى جانب ما توعد به مرحلة الفرصة السكانية المقبلة من تحولات اجتماعية واقتصادية عميقة قد تترك آثاراً إيجابية أو سلبية وفق الاستجابة المجتمعية والرسمية لها، الأمر الذي يؤكد أهمية التعامل الرشيد مع وسائل الاتصال والإعلام في خدمة أهداف السياسة السكانية الوطنية؛ وتحديداً في مجال تحقيق أهداف السياسة الوطنية الخاصة بالفرصة السكانية وارتفاع معدلات النمو السكاني .

وعلى هذا الأساس، تأتي مبادرة المجلس الأعلى للسكان ومشروع تواصل لسعادة الأسرة JCAP ومعهد الإعلام الأردني وبالتعاون مع شركاء آخرين، في تطوير وثيقة الاستراتيجية الوطنية للإعلام السكاني بهدف الوصول إلى خارطة طريق حول دور الإعلام في القضايا السكانية للسنوات الخمس القادمة.

لقد قدم الأردن في العقود السابقة واحداً من أهم نماذج النجاح في دول العالم النامية في استخدام الإعلام من أجل الأهداف التنموية. ومنذ إعلان الأمم المتحدة في الستينيات من القرن العشرين الماضي، لأول مرة، عن عقد التنمية وصولاً إلى نهاية الثمانينيات من القرن ذاته، لعبت الإذاعة والتلفزيون في الأردن أدواراً يُشاد بها في التحفيز على تحقيق أهداف التنمية والمساهمة في توفير بيئة حاضنة لها من خلال الوعي وبناء الاتجاهات والتأثير على السلوك وصولاً إلى التغيير الاجتماعي والثقافي الإيجابي. ومع النمو السريع لقطاع الإعلام الأردني وما شهده من تنوع وتعدد للفاعلين الذي تزامن مع تراجع الاهتمام الإعلامي بالقضايا السكانية، تزداد أهمية التخطيط لهذا القطاع بما يتفق مع أهداف السياسات السكانية.

إن هذه الاستراتيجية تُعنى بالإعلام السكاني بشكل محدد، وليس بالاتصال السكاني بشكل عام، ما يخدم تطوير رؤية وطنية تشاركية حول الأهداف المرجوة من دور وسائل الإعلام الأردنية في القضايا السكانية وما تنطوي عليه من فرص وتحديات. على أن يتم العمل لاحقاً على تطوير استراتيجية وطنية للاتصال السكاني تشتمل على جميع عناصر الاتصال بما فيها الإعلام و بما يخدم تحقيق أهداف الفرصة السكانية.

منهجية بناء هذه الاستراتيجية

تم تطوير هذه الاستراتيجية من قبل فريقٍ من الخبراء من تخصصات متعددة، واعتمد فريق الاستراتيجية على ثلاث أدوات منهجية في عمله، هي:

أولا: مراجعة وتقييم الأوضاع السابقة والتي تشتمل على مراجعة الأدبيات والمسوح السابقة، والوثائق السكانية والوثائق الأخرى ذات الصلة.

ثانيا: المشاركة وتوسيع قاعدة المشاورات: بالاعتماد على فريق موسع من خلفيات متعددة ، وتم تنفيذ ورشة عمل اولى شارك فيها عدد من الخبراء وممثلون عن الجهات ذات العلاقة تم خلالها تطوير التوجهات الاستراتيجية الرئيسة ، كما نفذت ورشة عمل اخرى لتطوير ادوات المتابعة والتقييم ومؤشراتهما .

ثالثا: استخدام أداة التحليل الرباعي في تحليل البيئتين الداخلية والخارجية ثم الانتقال إلى استخدام أداة "دلفي" في تطوير الأهداف والمجالات والأفكار المكملة.

وفي ضوء ذلك تمت مراجعة الدراسات التي أجريت في سنوات العقدين الماضيين للكشف عن العلاقة بين السياسات السكانية ودور الاتصال والإعلام والتثقيف السكاني في تحقيق أهداف السياسات السكانية في الأردن، ومراجعة وتقييم مشاريع الاتصال السكاني خلال العشرِ سنوات الأخيرة، ومراجعة أدوار الوزارات والمؤسسات والوكالات الحكومية والعامة في مجال الاتصال والإعلام السكاني، ومراجعة دور مؤسسات المجتمع المدني والقطاع الأهلي، وتحديد الأولويات والأهداف، وتحليل الفجوات والوضع القائم في ضوء السياسة السكانية.

أما المبادئ العامة التي أُخذت بعين الاعتبار في وضع استراتيجية الإعلام السكاني:

أولاً: المواءمة مع خطة أهداف السياسة السكانية الأردنية، وفي مقدمتها السياسة الخاصة بالفرصة السكانية.

ثانياً: مراعاة التطور الاجتماعي – الاقتصادي للمجتمع الأردني وخصائصه وتنوعه وحاجاته ومشكلاته.

ثالثاً: مراعاة التحولات التي شهدها الاتصال والإعلام السكاني في العالم، وأخذ الدروس المستفادة منها.

رابعاً: الشمولية والتكامل في المنظور والمنهجية التي ستُبنى من خلالها الاستراتيجية، سواء في الموضوعات أو الجمهور المستهدف أو الوسائل والتقنيات والأساليب.

إن هذه الاستراتيجية تخص الإعلام السكاني، وليس الاتصال السكاني بشكل عام، فهي متخصصة بدور وسائل الإعلام الجماهيري، حيث يُعد الإعلام شريكاً أساسياً في تنفيذ وتحقيق الاستراتيجية الوطنية للسكان

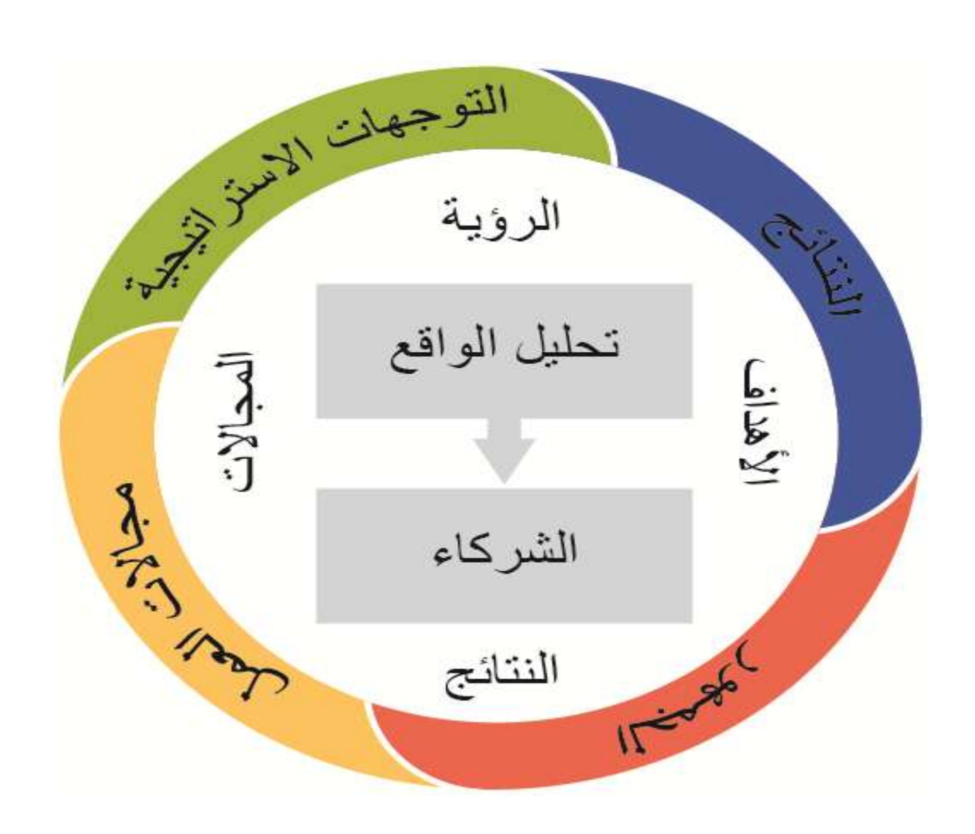
لأهدافها؛ إنه محرك أساسي فاعل ومؤثر في القضايا السكانية، ولا يمكن التقليل من أهميته والتغاضي عن دوره في نشر الوعي والتثقيف في مجال القضايا السكانية، والسياسات الوطنية إزاءها، وتعزيز التشاركية بينه وبين الجهات المعنية بالقطاع السكاني؛ إن كثيراً من الجهود الأردنية التي بُذلت في السنوات السابقة في نشر الوعي والتثقيف في المجال السكاني، كانت تعتمد إلى حد كبير على استخدام الاتصال الشخصي وأشكاله المختلفة؛ ورغم أهمية هذا النوع من أنواع الاتصال السكاني، غير أن هذه الاستراتيجية ستولي اهتمامها الرئيس بالإعلام الجماهيري، والإعلام الرقمي بسبب قوة تأثيره في المجتمعات الحديثة.

وتقوم وسائل الإعلام الجماهيري، ووسائل الإعلام الجديد، بدور إيجابي في تناول عدة قضايا تنموية تتعلق بمشكلة النمو السكاني المتزايد، والفرصة السكانية بأبعدها المختلفة؛ حيث يحرص الإعلام على إكساب الجمهور معلومات صحيحة عن الصحة الانجابية و تنظيم الأسرة , وتصحيح بعض المفاهيم الخاطئة عن وسائل تنظيم الأسرة واثارها الجانبية .

لقد تطور منظور الإعلام الداعم للتنمية بشكل كبير خلال اخر ثلاثة عقود، حيث توجد خبرات من مختلف انحاء العالم في الطريقة التي يساهم فيها الإعلام بدعم وتحقيق سياسات ذات صلة بالفرصة السكانية حيث تشير تلك الخبرات إلى التطور الكبير في دور الإعلام في دعم التنمية الاقتصادية والتعريف الشباب بالفرص الجديدة وبأهمية الابتكار والريادة في الاقتصاد الجديد ، ودعم تمكن المرأة وردم الفجوة الجندرية والمساهمة بنشر الوعي بتغيير انماط التعليم والتدريب واكتساب سبل العيش البديلة .

إن الجهود الإعلامية في السنوات الماضية، لم تكن جهوداً كافية، رغم أهميتها، بالقدر الذي يمكن أن يؤثر في اتجاهات أفراد المجتمع نحو بناء ثقافة صديقة لنوعية الحياة، لذا لابد من الاهتمام برفع مستوى وعي الإعلامي بالقضايا السكانية حتى يتبنى اتجاهات إيجابية على نوعية حياة الأفراد.

شكل رقم (1) ملامح بناء الاستراتيجية الوطنية للإعلام السكاني.



تحليل الوضع الراهن

الأوضاع السكانية في الأردن: المؤشرات الأساسية والقضايا الجوهرية

مرت حالة السكان في الأردن بتحولات عديدة منذ تأسيس الدولة الأردنية الحديثة، في الوقت الذي شهدت فيه العقود الثلاثة الأخيرة، زيادةً قسرية غير مسبوقة نتيجة التحولات والصراعات التي شهدها الإقليم والتي وصلت ذروتها في السنوات الخمس الأخيرة.

لقد نفذ الأردن التعداد السكاني السادس نهاية عام 2015، وسط ظروف إقليمية صعبة تركت آثاراً واسعة على الوضع السكاني، وتشير نتائج هذا التعداد إلى أن عدد سكان الأردن عام 2015 بلغ 9.531.712 نسمة[1]، حيث تضاعف عدد السكان منذ مطلع عقد الستينيات من القرن الماضي أكثر من عشر مرات، خلال 55 عاماً؛ وكانت الزيادة الأكثر خلال السنوات الخمس الماضية[2].

[1]- دائرة الاحصاءات العامة Dos.gov.jo/about-us
[2]- دائرة الاحصاءات العامة، النتائج الرئيسية: التعداد العام للسكان والمساكن، 2015

وتشير نتائج التعداد السكاني السادس 2015، إلى أن عدد السكان الأردنيين بلغ 6.613.587 نسمة، أي 69% من أجمالي سكان المملكة، بينما شكل السكان غير الأردنيين نحو 30% من السكان نصفهم من السوريين، فيما تركز أكثر من أربعة ملايين نسمة من السكان في العاصمة، في حين بلغ متوسط حجم الأسرة الأردنية 4.8 فرد، وصل عدد الأسر نحو مليوني أسرة، وبلغت نسبة التحاق الأطفال بالتعليم الأساسي من الجنسين نحو 95%، ونحو 70% من الأردنيين يلتحقون بالتعليم الثانوي. بينما نصف الأطفال الأردنيين لا يلتحقون بالتعليم المبكر "4-5".

ووفق نتائج هذا التعداد، بلغت نسبة الأمية بين السكان في الأردن، نحو 9.1 % بواقع 6.7% بين السكان الأردنيين، و14.5 بين غير الأردنيين. وبلغ نسبة من يعانون من صعوبات وظيفية حادة أو مطلقة "الإعاقات" نحو 2.7 % .[3]

وفي مجال الخصائص الاقتصادية للسكان، بلغ معدل السكان الذكور النشيطين اقتصادياً نحو 71%، والإناث 21 % [4]، وبلغ معدل البطالة بين الأردنيين في الربع الأول من عام 2016 نحو 15.8 %[5].

وتقود هذه المؤشرات الحديثة إلى استعراض أبرز للقضايا السكانية الراهنة التي تحدد طريقة التعامل معها مستقبل التنمية ونوعية حياة الأردنيين في العقود القليلة القادمة، وأبرزها:

أولاً: الزيادة السكانية، تضاعف عدد السكان منذ مطلع عقد الستينيات من القرن الماضي أكثر من 10 مرات، وهي زيادة نادرة الحدوث في العالم المعاصر. وقد بلغ معدل النمو السكاني السنوي لإجمالي سكان الأردن خلال الفترة 2004–2015 حوالي 5.3 %[6]. ويعود الارتفاع في هذا المعدل إلى الهجرات بما فيها الهجرات القسرية واللجوء إلى الأردن؛ حيث كان معدل النمو السنوي 18% لغير الأردنيين، وأما فيما يتعلق بالأردنيين فإن معدل النمو السكاني بلغ 3,1% سنويا، وهو مرتفع مقارنة بمعدلات الإنجاب السائدة وفقاً للتعداد العام للسكان والمساكن 2015. وما زال هذا المعدل مرتفعاً أيضاً بالنسبة للمعدلات العالمية، ومتوسط على المستوى العربي.

إن الزيادة الطبيعة للسكان الى جانب الهجرة القسرية واللجوء ، تشكلان تحدياً تنموياً كبيراً وتهديداً للموارد الوطنية المحدودة حيث باتت هذه الزيادة تنعكس سلباً على مختلف المؤشرات الاجتماعية والاقتصادية.

---

[3]- دائرة الاحصاءات العامة، النتائج الرئيسية: التعداد العام للسكان والمساكن، 2015
[4]- دائرة الاحصاءات العامة، النتائج الرئيسية: التعداد العام للسكان والمساكن، 2015
[5]- دائرة الاحصاءات العامة، تقرير.
[6]- الأردن بالأرقام 2016.

ثانياً: الفرصة السكانية، تعد الفرصة السكانية المرحلة الثالثة من مراحل التحول الديموغرافي الأربع التي تمر بها المجتمعات، وفي هذه المرحلة يبدأ معدل الإنجاب بالتراجع ما يقود إلى نمو سكاني أقل وتغير في التركيب العمري حيث يتحول التركيب العمري من تركيب فتي إلى تركيب يميل لصالح الفئات المنتجة من السكان "15- 64"، ويميل الأفراد إلى الادخار وينخفض معدل الإعالة وتزداد فرص النمو الاقتصادي مع زيادة حجم قوة العمل.

وتدل تجارب المجتمعات الأخرى على أن هذه المرحلة قد تشكل نعمة بالفعل أو نقمة تقود إلى المزيد من الاختلالات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية إذا لم يرافقها سياسات داعمة لهذا التحول الديموغرافي تضمن استمرار الانخفاض في الإنجاب وتبني سياسات اجتماعية واقتصادية ملائمة تركز على الشباب وإنتاجية المرأة وغيرها[7].

ويتوقع أن يصل المجتمع الأردني إلى ذروة الفرصة السكانية بحلول العام 2040 ؛ بما يحقق معدلات مرتفعة من نسبة السكان الناشطين اقتصادياً؛ ما يتطلب بلوغ نسبة الإعالة العُمرية أدنى مستوى لها والوصول إلى معدلات مرتفعة من نسبة السكان الناشطين اقتصادياً من خلال: تحقيق بيئة تعليمية محفزة للتعليم والبحث العلمي والإبداع، وبيئة أعمال محفزة للعمل والاستثمار والريادة، وإقبال متزايد على العمل المهني والتقني والريادي والتشغيل الذاتي، والارتفاع المستمر في مشاركة المرأة الاقتصادية.

كما أن الإعداد الفعال لمرحلة الفرصة السكانية وما بعد الذروة يتحقق من خلال التوسع والتحسين المستمر في الخدمات والتأمينات الصحية، وخدمات التنمية الاجتماعية والضمان الاجتماعي المقدمة للمواطن، وتحقيق بنية تحتية تتلاءم ومتطلبات التنمية المستدامة.[8]

ثالثاً: حالة اللاجئين السوريين: تشكل حالة اللجوء السوري تحدياً كبيراً للأوضاع السكانية وللسياسات السكانية القائمة والمستقبلية، ما يجعلها قضية أساسية عند مناقشة أوضاع السكان على مدى خمس سنوات على أقل تقدير.

بلغ عدد اللاجئين السوريين وحسب الأرقام الرسمية حوالي 1.265 مليون نسمة وفقا لنتائج التعداد العام للسكان والمساكن 2015 الصادر من دائرة الإحصاءات العامة، وبلغ عدد المسجل منهم كلاجئين 655 الف حتى تاريخ أيلول 2016 .

لقد أضاف اللاجئون السوريون أعباء جديدة على موارد الأردن عند لجوئهم وبعده، فأعدادهم مستمرة في التزايد حتى لو توقف دخول المزيد منهم إلى الأردن، إذ يُقدر عدد ولاداتهم السنوية اليوم بنحو 40 ألف مولود

[7]- المجلس الأعلى للسكان، الفرصة السكانية في الأردن، وثيقة السياسات، 2009.
[8]- المجلس الأعلى للسكان، التقرير الدوري الأول لرصد ومتابعة مدى التقدم في تحقق واستثمار الفرصة السكانية.

أي نحو خُمس ولادات الأردنيين، حيث تفيد الإحصاءات الرسمية أن معدل المواليد بينهم 30 مولوداً لكل ألف نسمة، مما يتوجب شمولهم بأنشطة الإعلام السكاني[9].

رابعاً: الخلل في خارطة التوزيع الجغرافي للسكان في الأردن؛ يتكدس نحو نصف سكان الأردن في العاصمة عمان، وهذا الخلل الديموغرافي يلقي بظلال خطيرة على التنمية وجهود التحديث ويضغط بقوة على الموارد والبنى التحتية، وفي المقابل خلق فجوة تنموية كبيرة في المحافظات التي عانت من هجرة سكانية صوب عمان على مدى عقود.

وعلى الرغم من أن المشكلة السكانية في الأردن لم تشكل تهديداً بالغاً لموارد الدولة مثلما هو الحال اليوم، فإن السياسات التنموية والاقتصادية ما تزال لا تمنح هذه المشكلة ما تستحق من أولوية، وهو الأمر الذي تدل عليه العديد من الوثائق التخطيطية والسياسات الصادرة في السنوات الأخيرة.[10]

تقييم اداء الإعلام السكاني: مراجعة الدراسات السابقة

لقد ساهمت وسائل الإعلام الأردنيّة في توفير المعلومات السكانية للجمهور وفي التوعية بقضايا السكان ولفت النظر إلى أهميتها، وبخاصة قضايا الصحة الإنجابية وتنظيم الأسرة، وذلك من خلال نشر تقارير حول هذه القضايا، ولكن هذه الجهود الإعلامية لم تستند في تغطيتها للقضايا السكانية إلى رؤية استراتيجية وطنية واضحة ومحددة الأهداف، بل اقتصرت على التعامل معها على شكل أخبار وتقارير حول الأحداث والوقائع السكانية، وأحيانًا دون الالتزام بالمعايير المهنية الإعلامية.

وقد بينت مراجعة الأدبيات والتقارير والمسوح التي أجريت في العقدين الأخيرين حول تغطية الإعلام الأردني للقضايا السكانية، أن وسائل الإعلام لم تعطها الاهتمام الذي تستحقه؛ وأن وسائل الإعلام لم تسهم في جعل المشكلة السكانية أولوية ضمن الأولويات الوطنية، وبالتالي لم ينعكس ثقل المشكلة السكانية في السياسات القطاعية المختلفة.

تاريخياً وعلى مستوى الصحافة اليومية المطبوعة، تراجعت نسب المحتوى المخصص للقضايا السكانية منذ مطلع التسعينيات؛ وحصلت هذه القضايا على ما نسبته 4.5% من إجمالي مساحة التغطية الصحفية للصحافة الأردنية اليومية خلال عام 1994، وانخفضت إلى نسبة 3.5% عام 1997. ثم انخفضت عام 2000 لتصل إلى 2.9% من إجمالي المساحة في الصحف اليومية، في حين أن نسبة المساحة التي مُنحت لقضايا السكان

[9] دائرة الإحصاءات العامة Dos.gov.jo/about-us

[10]- من بين هذه الوثائق والسياسات: وثيقة الأردن 2025 – رؤية واستراتيجية وطنية"، تقارير المجلس الاقتصادي والاجتماعي، البيانات الحكومية لنيل الثقة أمام مجلس النواب.

والصحة الإنجابية في الصحافة الأردنية اليومية بلغت 14.5% من إجمالي قضايا السكان والصحة عام 1994، وارتفعت إلى 25.9% من إجمالي تغطية السكان والصحة عام 1997 ثم تراجعت إلى 19.4% عام 2000.

أما فيما يتعلق بمصادر التزويد في مجال تغطية قضايا السكان والصحة الإنجابية فقد كانت المنظمات غير الحكومية هي المصدر الرئيسي للتزويد[11].

وفي دراسة قام بها المجلس الأعلى للسكان عام 2008، تبين وجود انخفاض كبير في نسبة تغطية قضايا السكان والصحة الإنجابية في الصحف الأردنية؛ حيث لم تتجاوز هذه النسبة 1.2 % من مساحة الصحف التي تم تحليلها. وأما الدراسة الثانية التي أجراها المجلس بعد عامين من الدراسة الأولى لمعرفة مدى التحسن الذي طرأ على تغطية الصحافيين لقضايا السكان بعد أن تعرضوا لدورات تدريبية في الإعلام السكاني، تبين أن هناك ارتفاعاً في التغطية الصحفية للقضايا السكانية؛ وقد عزا المجلس ذلك إلى الجهود التي قام بها في مجال تدريب هؤلاء الصحافيين[12].

وأما فيما يتعلق بتغطية الإعلام المرئي، فقد بينت نتائج الدراسات والمسوح أن التلفزيون الأردني احتل المركز الأول في تعريف الجمهور الأردني بقضايا السكان وبخاصة تنظيم الأسرة، فقد بينت التقارير التقييمية للحملات الإعلامية التي نفذها المجلس الأعلى للسكان وشركاؤه خلال العقدين الماضيين، أن التلفزيون كان من أكثر التدخلات الإعلامية التي كان لها دور في اقناع المشاهدين لتبني الرسائل الموجهة إليه حول القضايا السكانية، والتي كانت في معظمها تتعلق بتنظيم الأسرة[13].

إن العديد من الدراسات المسحية والنوعية الحديثة تفيد بأن مفهوم تنظيم الأسرة في الأردن بات مقبولاً إلى حد ما، بينما تتمثل التحديات الراهنة التي تواجه السياسات السكانية وتحديداً الاتصالية والإعلامية، ترتبط بالمفاهيم الثقافية والاجتماعية حول حجم الأسرة وتفضيل الذكور، حيث تفيد دراسة "استكشاف المعايير الجندرية وتنظيم الأسرة في الأردن: دراسة نوعية" التي أجراها مشروع تواصل لسعادة الأسرة في الأردن JCAP أن السلوكيات الاجتماعية والتقاليد العميقة الجذور تؤثر بشكل كبير على المعايير الجندرية والسلوك الإنجابي وتحديداً حجم الأسرة وجنس المولود ذكر أم انثى.

---

[11]- محمد الصرايرة، وعلي النجادات، وحاتم علاونة، ومحمد الشريدة، وأمجد القاضي، قضايا السكان والصحة الإنجابية في الصحافة الأردنية اليومية: دراسة تحليلية تتبعية خلال أعوام 1994-1997-2000.

[12]- عطية، سلمى، محمد المدان وصالح ارتيمة "2014": تقرير تقييم الوضع المتعلق بإنشاء إدارة الإنتاج والاتصال السكاني في إحدى القنوات الإعلامية. المجلس الأعلى للسكان.

[13]- المرجع السابق.

وأبرزت نتائج الدراسة التفضيل التقليدي السائد لذرية الذكور. وأكدت الدراسة أن العدد المثالي للأطفال بين الأسر الأردنية يبلغ نحو أربعة أطفال. ويرتبط هذا العدد المرغوب به من الأطفال بزيادة الوعي بتنظيم الأسرة وتحسين ممارسة وسائل منع الحمل واستخدامها. وبالإضافة إلى ذلك، كشفت الدراسة أن ارتفاع تكاليف المعيشة وزيادة الأعباء المالية تؤثر على حجم الأسرة الأصغر، وخاصة بين الأسر التي تعيش في المناطق الحضرية وعمان. وكان العدد المثالي للأطفال أعلى خارج العاصمة. وقد أشار الشباب من الذكور والإناث غير المتزوجين إلى أن العدد الأمثل هو أكثر من خمسة أطفال، مما يعكس التأثير القوي للتقاليد الاجتماعية التي تفضل أعداداً كبيرة من الأطفال وكيف يُنظر إليهم على أنهم مصدر الفخر الاجتماعي "العزوة"[14].

وفي دراسة مسحية أجريت عام 2015 بعنوان "المعرفة والسلوك والممارسات تجاه تنظيم الأسرة والصحة الإنجابية بين النساء المتزوجات في سن الإنجاب في مناطق مختارة في الأردن" وشملت عينة المسح النهائية نساء متزوجات في سن الإنجاب 81٪ من الأردنيات و 19٪ من النساء السوريات، كشفت الدراسة انه لا تزال المخاوف المتعلقة بالآثار الجانبية وسلامة وسائل منع الحمل سائدة. ثلث المستجيبين لا يعتقدون أن وسائل منع الحمل الحديثة أكثر فعالية من الطرق التقليدية. لا تزال الرغبة في إنجاب المزيد من الأطفال والأسر الأكبر حجماً هي القاعدة الاجتماعية. لا تزال الرغبة في الحصول على أسر أكبر قاعدة اجتماعية مهيمنة. أكثر من نصف المستطلعين "61٪" أرادوا أربعة أطفال أو أكثر. فيما يبقى الطفل الذكر تفضيلاً اجتماعياً قوياً. وعلى الرغم من أن غالبية المستطلعين "71٪" رفضوا تفضيل جنس الطفل، فإن نصفهم تقريبا "45٪" أشاروا إلى أنهم سيواصلون حمل الأطفال حتى يكون لديهم ابن. ومعظم المستجيبين لديهم معرفة بوسيلة لتنظيم الأسرة "83٪" ومعظمهم يعرف مكان الحصول على الخدمة [15].

وقد أظهرت نتائج المسح الميداني لحملة "حياتي أحلى" التي تم تنفيذها ضمن برنامج شركاء الإعلام لصحة الاسرة عام 2012، أن 90% من الذين شملهم المسح أوضح بأن التلفزيون هو الوسيلة الإعلامية الأكثر شيوعاً لتلقي الرسائل الإعلامية المتعلقة بتنظيم الأسرة؛ كما بينت نتائج دراسة أخرى للمجلس أجراها عام

---

[14] J-cap: **Jordan Communication, Advocacy and Policy Project** (2015), Exploring Gender Norms and Family Planning in Jordan: A Qualitative Study

[15] J-cap (2012): **Jordan Communication, Advocacy and Policy Project,** Knowledge, Attitudes, and Practices toward Family Planning and Reproductive Health among Married Women of Reproductive Age in Selected Districts in Jordan.

2013 بعنوان: "طرق الاتصال مع الشباب" أن التلفزيون الأردني هو الأكثر مشاهدة لدى المستجيبين "المرجع السابق"[16].

وقام مشروع تواصل لسعادة الأسرة JCAP بإجراء مسح لمعرفة ردود أفعال الجمهور المستهدف على إحدى حملات التوعية السكانية باستخدام الرسائل القصيرة "SMS" باعتبارها وسيلة مبتكرة لتوفير الوقت الحقيقي في رصد ردود فعل الجمهور على حملة "نظموا الحمل بتخففوا الحمل"، وجاء معدل الاستجابة الأعلى لدى الرجال 82% وهم الفئة الأقل استجابة للرسائل الاتصالية السكانية التقليدية.

واستهدف المسح ثلاث فئات أساسية، الأولى: الخاطبون وحديثو الزواج بدون اطفال، والثانية: المتزوجون ولديهم طفل إلى طفلين، والفئة الثالثة: الأسر المكتملة.

وكشف المسح ان 54٪ من الجميع وصلتهم الحملة بوسيلة أو أكثر، وكان التلفزيون القناة الأكثر شعبية "27٪"، تليها المناسبات الاجتماعية "21٪"، ثم الإذاعة والصحافة المقروءة، كما بينت الدراسة المسحية أن مستوى الإعجاب تجاوز 75% للرسائل الأساسية الموجهة للعروسين "بعد الزواج نود أن ننتظر قبل أن ننجب أطفالا". والحمل النشط "نود أن نبني حياتنا خطوة بخطوة ونباعد بين الاحمال". والأسر المكتملة "نود أن نبني حياتنا خطوة بخطوة ونباعد بين الأحمال"[17].

وقد أكدت هذا الدور المهم للتلفزيون تلك الدراسة التي نفذتها شركة إبسوس ستات حول ترتيب وسائل الإعلام الأكثر متابعة لدى الأردنيين للعام 2012. صحيح أن هناك تراجعاً في نسبة الأردنيين الذين يشاهدون التلفزيون الأردني إلا أنه لا يزال يحتل المرتبة الأولى من حيث نسبة المشاهدة، وتأتي الإذاعة الأردنية بعده في ذلك[18].

وبالنظر إلى الدور المركزي للشباب في سياسات الإعلام والاتصال السكاني، وفيما يتعلق بمفهوم "الفرصة السكانية" فإن 32% من الشباب الأردني يتابع التلفزيون بهدف التسلية، وهناك 23% يعتمدون على التلفزيون كمصدر للأخبار مقابل 71% يعتمدون على الإنترنت كمصدر للأخبار، وهناك 13% من الشباب يعتمدون على التلفزيون في البحث عن فرص تعليمية و9% يعتمدون على التلفزيون في البحث عن فرص

---

[16]- المرجع السابق.

[17] -Jordan Communication Advocacy and Policy (JCAP)(2016) SMS Survey of Opinions and Reactions to JCAP's "Plan your Pregnancies - Ease your Burden" Communication Campaign in Jordan

[18]- مسوح شركة إبسوس ستات والأبحاث التسويقية 2012 – 2013.

عمل[19]. وفي الوقت الذي يقضي فيه الشباب الأردني "12-29 سنة" يومياً نحو 6 ساعات على الوسائل الرقمية ما بين الإنترنت والتلفون الذكي، حيث وصلت نسبة الوصول إلى الإنترنت عام 2017 نحو 83% من السكان.

وبمراجعة العديد من الوثائق الوطنية التخطيطية الكبرى التي شهدتها البلاد على مدى عقد مضى، يتضح ضعف الاهتمام بالبعد السكاني في أغلبها أو عدم دقة معلوماتها السكانية وتناقضها، الأمر الذي يشير إلى أولوية استهداف الإعلام السكاني للنخب وصناع السياسات، حيث لم تلتفت بشكل واضح العديد من الاستراتيجيات في عدد من القطاعات إلى البعد السكاني كذلك في وثيقة "الاجندة الوطنية في عام 2007" وفي وثيقة "رؤية الأردن 2025" [20].

في عام 2011 صدرت "الاستراتيجية الوطنية للإعلام" والتي هدفت إلى تطوير أداء الإعلام الأردني والارتقاء بمهنيته، وعلى الرغم من أن الاستراتيجية اعترفت بتراجع ثقة المواطنين الأردنيين بأداء الإعلام الرسمي، وأشارت إلى أهمية تفعيل دور الإعلام في التنمية وفي التغيير الاجتماعي والاقتصادي، إلا أنها لم توضح الآليات والأدوات الممكنة لبناء دور الإعلام في التنمية ولم تأت على ذكر الإعلام والاتصال السكاني بوضوح [21]. وفي دراسة للمجلس الاعلى للسكان غطت هذه الدراسة 25 استراتيجية أو خطة أو برنامج تنموي، حيث اختيرت رؤية الأردن 2025 كاستراتيجية وطنية لحداثتها وتمثيلها لأغلب الاستراتيجيات الوطنية، كما شملت الدراسة سبع استراتيجيات قطاعية و أربعة عشر خطة استراتيجية للمؤسسات الحكومية اختيرت جميعها على أساس أنها استراتيجيات أو خطط عاملة خلال الفترة 2014-2015، كما اختيرت ثلاث برامج تنموية لمحافظات العاصمة واربد والعقبة لتمثيلها الأقاليم الثلاث ولان البرامج التنموية للمحافظات أعدت بنسق واحد، خلصت الدراسة إلى أن عدم تبني ما يزيد عن نصف الاستراتيجيات للبعد السكاني في المراحل الأولى من إعدادها وانعكاسات ذلك على المراحل التالية في تحديد الأهداف الاستراتيجية وبرامج هذه الخطط يعني الحاجة إلى وعي أكثر بأهمية إدماج المتغيرات السكانية في التخطيط للتنمية في الأردن. وبينت أبرز نتائج الدراسة أنه من بين الـ 25 استراتيجية التي تناولتها الدراسة؛ دُمجت الفرصة السكانية في 5 استراتيجيات فقط [22]

---

[19] -UNICCO, Net-med youth, , Jordan youth media perception survey ages 18- 29,(2015)

[20] - المجلس الاعلى للسكان، ومشروع تواصل لسعادة الاسرة، السياسات والتشريعات والاستراتيجيات المتعلقة بتنظيم الأسرة بالأردن، تحليل ومراجعة وتوصيات: 2014- 2015.

2- الاستراتيجية الإعلامية 2011- 2015 http://www.jrtv.jo/page.aspx?page_key=key_strategy&lang=ar

[22] غالب العزة ، دراسة تحليل بيئة السياسات الداعمة للقضايا السكانية: دمج المتغيرات السكانية في الاستراتيجيات والخطط والبرامج التنموية، المجلس الاعلى للسكان ، 2015

وعلى الرغم من أن اللاجئين السوريين يشكلون نحو13 % من السكان إلا أن التغطية لشؤونهم ما تزال محدودة، وفق دراسة أجريت للتغطية الإعلامية ما بين 5 كانون الأول 2013 و5 كانون الثاني 2014، فإن التغطية الإعلامية التي ركزت على قضايا اللاجئين جاءت بنسبة 5% فقط من المحتوى الإعلامي، وفي دراسة أخرى في كانون الأول 2014 تبين أن نسبة التغطية لقضايا اللاجئين في حدود 8% من المحتوى الإعلامي[23].

لا يوجد إلى هذا الوقت بث إذاعي أو تلفزيوني موجه إلى اللاجئين يأخذ بعين الاعتبار البعد السكاني الكبير ويقدم توعية في القضايا السكانية، حيث لم يخصص البث العام سواء في الإذاعة أو التلفزيون، فترات بث مخصصة للاجئين، فيما حاولت بعض محطات الإذاعة المحلية إطلاق برامج محدودة. وعلى الرغم من حجم تناول الإعلام لتأثير اللاجئين إلا أنه إلى هذا الوقت لا يوجد إدراك عميق عند الكثير من المسؤولين، لأهمية إدراج قضايا اللاجئين في السياسات السكانية، وضرورة استخدام أدوات الاتصال السكاني في مخاطبة اللاجئين.

إن الخلاصة الأولى الأبرز من استعراض واقع الإعلام السكاني في الأردن، وفق ما هو متوفر من دراسات نوعية ومسحية ومن سياسات واستراتيجيات ووثائق مختلفة، يوضح الحاجة الماسة إلى العمل على بناء إعلام سكاني يتمتع بالكفاءة والمهنية، حيث أن جانباً مهماً من المشكلة السكانية الراهنة يرتبط بالوعي المجتمعي، فما زال المجتمع الأردني لا يرى أن التحدي السكاني يشكل تحدياً فعلياً يواجه الأردن فهناك 72% من الأردنيين يرون أن الأوضاع الاقتصادية والبطالة والفقر هي التحدي الحقيقي الذي يواجه الأردن دون ربط هذه التحديات وغيرها بالبعد السكاني[24]. كما أن المشكلة السكانية لا تحتل مكانتها لدى النخب وصناع السياسات، وهو الأمر الذي تعكسه السياسات والاستراتيجيات في الكثير من القطاعات.

الخلاصة الثانية، تبدو في أن الوعي الاجتماعي الأردني تجاوز استيعاب مفهوم "تنظيم الأسرة" إلا أن التحدي الكبير الذي ما زال يواجه خطط الاتصال والإعلام السكاني وجهود التوعية، يتمثل في قوة تأثير التقاليد الثقافية والاجتماعية وتأثيرها السلبي في نشر الوعي بالأسرة الصغيرة وتفضيل الذكور على الإناث.

الخلاصة الثالثة، تشير إلى أنه على الرغم من ندرة الدراسات التي تناولت الاتصال والإعلام السكاني والفرصة السكانية، فإن تناول الإعلام للقضايا السكانية ذات الصلة بالفرصة السكانية، مازال أقل من

---

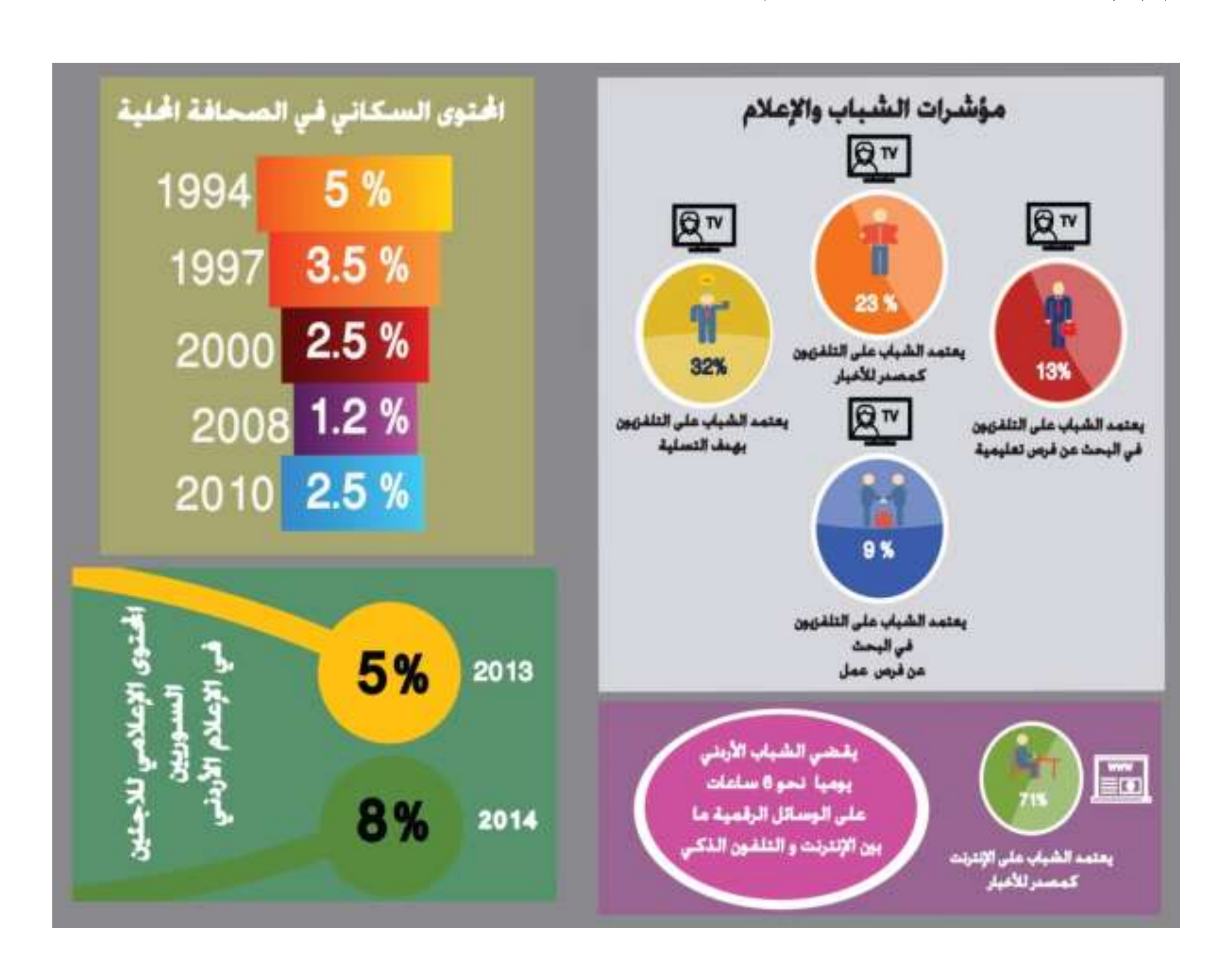
[23]- مركز الفينيق للدراسات الاقتصادية: اللاجئون السوريون في الصحف اليومية الأردنية،2013.

[24]- مركز الدراسات الاستراتيجية، الجامعة الأردنية، استطلاع الرأي العام حول القضايا الراهنة الوطنية والإقليمية ، 2014 http://css.ju.edu.jo/Photos/635478413205219966.pdf

المطلوب ولم ينجح إلى هذا الوقت في تحويل مفهوم الفرصة السكانية ومحاورها إلى أولويات في اهتمام المجتمع والدولة.

الخلاصة الرابعة، تتمثل في أهمية أخذ بعد اللاجئين السوريين في خطط الاتصال والإعلام السكاني، فالدراسات القليلة التي تناولت وعي اللاجئين بالمفاهيم السكانية تشير إلى وجود اتجاهات سكانية سلبية تتجاوز في أحيان كثيرة مثيلاتها لدى المجتمع الأردني علاوة على ما مرت به هذه الفئة السكانية التي تشكل اليوم نحو 13% من السكان من ظروف صعبة انعكست على أوضاعهم الصحية والاجتماعية.

شكل رقم (2) مؤشرات أساسية حول الإعلام والقضايا السكانية



الداعمون الاستراتيجيون للإعلام السكاني

رئاسة الوزراء

بالإضافة إلى المكانة المركزية لرئاسة الحكومة باعتبارها المطبخ الأول للسياسات العامة، فقد استحدثت الحكومة عام 2014 منصباً جديداً لمنسقٍ حكوميٍ لحقوق الإنسان بهدف زيادة تنسيق الجهود الحكومية وزيادة التعاون والاتصال الحكومي مع المركز الوطني لحقوق الإنسان ومؤسسات المجتمع المعنية بحقوق الإنسان.

وقد أفردت هذه الوحدة جزءًا من مهمتها للحديث عن قضايا الصحة الإنجابية وبعض القضايا السكانية وأهمية استغلال الفرصة السكانية بما يعزز حقوق الإنسان في الأردن، حيث أفردت لها بندًا في الخطة الوطنية الشاملة لحقوق الإنسان في الأردن 2016-2025 [(25)] وهو متضمنٌ في محور الحقوق الاقتصادية والاجتماعية؛ حيث ذكر الهدف الثاني من هذا المحور: الحق في تعزيز الحق في الصحة والذي أكد ضرورة توفير الخدمات الصحية الشاملة ومن ضمنها خدمات الصحة الإنجابية.

اللجان البرلمانية المعنية

يمارس البرلمان ادوارا مهمة في دعم الإعلام السكاني باعتباره احد السلطات الدستورية المعنية بالسياسات العامة من خلال سن القوانين ومراقبة اداء السلطة التنفيذية ، ويقوم مجلس النواب ومجلس الاعيان بهذه الادوار عادة من خلال لجانهما الدائمة وابرز لجان مجلس النواب ذات الصلة بهذه الاستراتيجية : لجنة العمل والتنمية الاجتماعية والسكان ويناط بها: دراسة القوانين والأمور المتعلقة بالسكان والتنمية والفرصة السكانية والإحصاءات العامة وما في حكمها. ودراسة ومراجعة سياسات تنظيم سوق العمل واستقدام العمالة الوافدة ، اضافة الى لجنة المرأة وشؤون الاسرة ، ولجنة الصحة والبيئة ، ولجنة التوجيه الوطني والإعلام ولجنة الشباب والرياضة ولجنة التربية والتعليم والثقافة .

ولجان مجلس الإعيان الدائمة وابرزها ذات الصلة بهذه الاستراتيجية ؛ لجنة الصحة والبيئة والسكان ، ولجنة الإعلام والتوجيه الوطني ولجنة العمل والتنمية الاجتماعية ، ولجنة المرأة ، ولجنة الثقافة والشباب والرياضة .

[25]- https://goo.gl/ALvi1j-20

وزارة التخطيط والتعاون الدولي .

أُنشئت وزارة التخطيط عام 1984 خلفاً للمجلس القومي للتخطيط، وتعمل بموجب قانون التخطيط رقم 68 لسنة 1971، وقد تم إعادة تسمية الوزارة لتصبح وزارة التخطيط والتعاون الدولي عام 2003، ويتمثل الدور المحوري للوزارة في التخطيط على المستوى الوطني على المستويين المتوسط والطويل الأمد، وهي الذراع التخطيطي للحكومة في برامج التنمية الشاملة على مختلف المستويات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية، ويتبع للوزارة دائرة الإحصاءات العامة. ويعد وزير التخطيط والتعاون الدولي هو رئيس المجلس الاعلى للسكان ، وتساهم الوزارة بدعم وتمويل العديد من الانشطة السكانية .

تدرك وزارة التخطيط الدور الفاعل والمؤثر للإعلام في الترويج لخططها وبرامجها واستراتيجياتها، لذلك أوجدت لديها وحدة خاصة تحت اسم "وحدة الإعلام والاتصال"، مهمتها التعامل مع وسائل الإعلام المحلية والدولية، وتتولى مهمة التحضير والتعريف بأنشطة الوزارة، كما أن لديها موقعاً إلكترونياً محدثاً بآخر مستجداتها.

وإدراكا لدور الإعلام في قضايا التنمية السكانية قامت وزارة التخطيط باستحداث مبادرة مهمة في هذا المجال، أطلقت عليها اسم "خبر"[26] مهمتها جمع الاخبار التنموية عن كافة القطاعات في الأردن وتصنيفها ضمن أبواب، ليتسنى للصحافيين والباحثين وغيرهم، الحصول عليها عند الحاجة.

وتنخرط وزارة التخطيط، في الواقع، بالمشكلة السكانية انخراطاً واضحاً، وتسهم في الفاعليات والنشاطات المتعلقة بهذه المشكلة؛ ونجد ذلك واضحاً في استراتيجية الوزارة لعامي 2014-2016، وفي برنامجها التنموي التنفيذي للأعوام 2016-2018؛ إذ نجد أنها أفردت بابًا للحديث عن الرعاية الصحية تناول أهمية التوسع في تقديم الرعاية الإنجابية من خلال التوسع في بناء المراكز الصحية التي تقدم خدمات الأمومة، والطفولة، وتناولت تأثير اللجوء السوري خلال الخمس سنوات الماضية، كما أوردت من ضمن التحديات التي تواجه خطتها التنفيذية المذكورة، ارتفاع معدل الخصوبة لتضع من ضمن حلولها ضرورة زيادة الوعي بتنظيم النسل، وربطته بتوفير المزيد من خدمات نشر الوعي بأهمية الصحة الإنجابية وتنظيم الأسرة، ورفع معدلات استخدامها من قبل القاطنين على أرض المملكة سواء أردنيين أو لاجئين أو مهاجرين.

---

[26] https://goo.gl/7jU8bo---16-

وزارة الصحة

تعد وزارة الصحة من أقدم مؤسسات الخدمة العامة في الدولة، وتنص رؤية الوزارة المعاصرة على سعيها إلى: "مجتمع صحي معافى من خلال نظام صحي متكامل يعمل بعدالة وكفاءة وجودة عالية وريادية على مستوى المنطقة"، حيث خصصت في استراتيجيتها للأعوام "2013-2017" [(27)] هدفاً مهماً من أهدافها التي تسعى إلى تحقيقه يؤكد ضرورة تعزيز خدمات الصحة الإنجابية، وتنظيم الأسرة، وصحة الطفل. ولتحقيق هذا الهدف، وغيره من الأهداف الأخرى، أنشأت الوزارة من منتصف السبعينيات من القرن الماضي، دائرة متخصصة بالتثقيف الصحي، تعتمد في عملها بشكلٍ أساس على وسائل الإعلام، إلى جانب وجود دائرة متخصصة بالصحة الانجابية و تنظيم الأسرة، والصحة الإنجابية في "مديرية صحة المرأة والطفل" حيث تقوم بتقديم خدمات، وتوفر معلومات، وبيانات حول الصحة الانجابية و تنظيم الأسرة.

وزارة التنمية الاجتماعية

أول إدارة حكومية للشؤون الاجتماعية أُنشئت عام 1946 وكانت مهمتها الأساسية: التصدي للهجرة السكانية الداخلية، أي الحد من هجرة المواطنين من الريف إلى المدن، وتلخص وزارة التنمية الاجتماعية رؤيتها المعاصرة "مجتمع آمن عماده الأسرة ويتمتع بخدمات اجتماعية ذات نوعية وقيم مجتمعية" وتسعى الوزارة بشكل دائم إلى زيادة دخل الأسر الفقيرة، وتنويع مصادرها.

وتهتم الوزارة بصحة الأم والطفل وقضايا الصحة الإنجابية وذلك من خلال بعض الجمعيات التابعة لها. كما تسعى الوزارة أيضاً وبشكل حثيث إلى تقليل عدد الأسر التي تعتمد على الوزارة في تلبية بعض احتياجاتها لتخفيف الضغط عن كاهلها، كما تنفذ الوزارة من خلال مديرية التثقيف المجتمعي برامج توعوية للمجتمعات المحلية حول القضايا الاجتماعية ومنها القضايا السكانية والصحة الانجابية.

وزارة العمل والمؤسسة العامة للضمان الاجتماعي

أُنشئت وزارة العمل عام 1976 وتدور رؤيتها المعاصرة على "الوصول بسوق العمل الأردني إلى مرحلة التشغيل الأمثل وتنظيم شؤون العمل فيه من خلال تطوير وتفعيل التشريعات الناظمة له وفق أفضل الممارسات والمعايير الدولية".

---

[27] https://goo.gl/Ld60WU-19 -

وتُعنى الوزارة بشؤون العمل والعمال وسياسات التشغيل والعمالة الوافدة والعمالة الأردنية في الخارج، ويُناط بها تنفيذ قانون العمل والعمال الأردني الذي نظم العديد من القضايا ذات الصلة بالقضايا السكانية مثل إجازة الأمومة وحقوق المرأة العاملة في رعاية أطفالها وغيرها من حقوق.

وفيما يتعلق بقانون الضمان الاجتماعي، فقد ورد في المادة الثالثة من قانون الضمان الاجتماعي رقم (1) لسنة 2014 التأمينات التي يشتملها هذا القانون، ومن ضمنها تأمين اصابات العمل ، وضد العجز المؤقت بسبب المرض، والأمومة، والتأمين الصحي وتأمين وتأمين التعطل عن العمل .

المجلس الوطني لشؤون الأسرة

يُعدّ المجلس الوطني لشؤون الأسرة من أبرز المؤسسات المعنية بمتابعة وتنفيذ محاور الاستراتيجية الوطنية للأسرة الأردنية والتي تهتم وتركز على دعم برامج صحة الأسرة وبخاصة الصحة الانجابية و تنظيم الأسرة لتقليل النمو السكاني المتزايد، وتقليل نسبة الخصوبة لتتناسب معدلات النمو السكاني مع الأوضاع الاقتصادية، ومستوى الخدمات المقدمة في كافة المجال. وتضمنت استراتيجية المجلس الوطني لشؤون الأسرة محوراً مهماً حول الأسرة، والوضع الصحي والبيئي.

ويوجد لدى المجلس الوطني للأسرة، استراتيجية واضحة للأسرة تتضمن محاور خاصة عن الصحة الإنجابية وتنظيم الأسرة، تشكل مرجعاً مهماً للإعلاميين المهتمين بالقضايا السكانية، كما يوفر المجلس بيانات مفصلة عن واقع الأسرة الأردنية الاجتماعي والاقتصادي والثقافي والديموغرافي.

المجلس الاقتصادي والاجتماعي

أُنشئ المجلس عام 2007 ويشكل ذراعاً استشارياً للحكومة في السياسات الاجتماعية والاقتصادية، ويمثل المجلس صوت المجتمع وأصحاب المصلحة من عمال وأصحاب عمل وقوى اجتماعية.

اللجنة الوطنية الأردنية لشؤون المرأة

جاء إنشاء اللجنة الوطنية الأردنية لشؤون المرأة كهيئة شبه حكومية بتاريخ 1992/3/12 بقرار من رئاسة الوزراء وبرئاسة سمو الأميرة بسمة بنت طلال المعظمة، وتنطلق رؤية اللجنة من "مواصلة العمل بشكل منهجي منظم للنهوض بواقع المرأة ومعالجة قضاياها وتمكينها في مختلف المجالات، وإحداث تغييرات إيجابية ملموسة في أوضاعها وتطويرها، وإزالة أي من أشكال التمييز ضدها في التشريعات والسياسات والخطط والبرامج الوطنية".

مؤسسات المجتمع المدني

سبق المجتمع الأردني من خلال المؤسسات الأهلية، المؤسسات الرسمية في التثقيف والتوعية السكانية، حيث أُنشئت أوائل الجمعيات التي تعنى بالقضايا السكانية في الستينيات من القرن العشرين، وأولها: الجمعية الأردنية لحماية وتنظيم الأسرة "القدس" وطرحت أنشطة محلية في الثقافة السكانية، والفرع الأول للجمعية الأردنية لحماية وتنظيم الأسرة في الضفة الشرقية "إربد" 1971. واليوم توجد عشرات المؤسسات الأهلية على شكل جمعيات أو مؤسسات غير ربحية تعنى بقضايا التوعية في مجال السكان والصحة وتشكل ذراعاً وطنياً مهماً في هذا المجال، ويرتبط الكثير من عملها بالاتصال والإعلام.

المنظمات والمؤسسات الدولية

ارتبطت نشأة وازدهار الاتصال والإعلام السكاني بمشاريع وأنشطة المؤسسات والمنظمات الدولية في هذا المجال، وأهمها المنظمات الأممية: صندوق الأمم المتحدة للسكان، وكالة الغوث وتشغيل اللاجئين، برنامج الأمم المتحدة الإنمائي، هيئة المرأة التابعة للأمم المتحدة، صندوق الأمم المتّحدة للطفولة، منظمة الصحة العالمية، إلى جانب الوكالة الأمريكية للتنمية الدولية.

وقد نفذت هذه المنظمات مع مؤسسات محلية، مشاريع مهمة، مثل: مشروع دعم النظم الصحية، مشروع تواصل لسعادة الأسرة، إذ كانت هذه المنظمات على مدى العقود الماضية، شريكاً أساسياً للمساعدة في وضع الخطط، وتوفير الدعم المالي لتنفيذ برامج الاتصال السكاني.

تحليل البيئة الداخلية والخارجية للإعلام السكاني في الأردن (SWOT Analysis)

يهدف تحليل البيئتين الداخلية والخارجية للإعلام السكاني التعرف على الواقع الراهن في مجالات الاستراتيجية ومعرفة الظروف المؤثرة في أداء الإعلام السكاني من خلال استخدام التحليل الرباعي، ومن أجل تحقيق هذه الغاية نظم فريق الاستراتيجية ورشة عمل تفاعلية مع الأطراف المعنية ثم قام بالاتصال مع مجموعة أخرى من المستفيدين وبعد ذلك تم الالتقاء مع مجموعة من الإعلاميين والصحافيين .

تحليل عناصر البيئة الداخلية

عناصر القوة

1. وجود إعلام متنوع يتمتع بالمسؤولية الاجتماعية.
2. تجارب إعلامية ناجحة تتناول قضايا الصحة الانجابية و تنظيم الأسرة.
3. وجود العديد من الشركاء الفاعلين في قضايا الصحة الانجابية و تنظيم الأسرة.
4. وجود خبرة سابقة في المؤسسات الإعلامية في مجال الإعلام السكاني.
5. سهولة، وسرعة تبادل المعلومات عبر القنوات الإعلامية المختلفة.
6. مجتمع أردني يتمتع بقدرة عالية في الوصول إلى أدوات، ووسائل الإعلام الرقمي.
7. وجود قاعدة بيانات حول القضايا السكانية.
8. وجود برامج تدريبية للإعلاميين حول قضايا السكان.
9. وجود العديد من المواد الاتصالية الخاصة بالصحة الانجابية و تنظيم الأسرة والتي يمكن توظيفها إعلامياً.
10. تبني الجهات المانحة القضايا السكانية كأولوية وطنية.

عناصر الضعف

1. تراجع الاهتمام بالإعلام السكاني، وتدني حجم التغطية الإعلامية للقضايا السكانية.
2. قلة أعداد الإعلاميين المتخصصين في القضايا السكانية.
3. عدم كفاية الإعلام السكاني، وغياب الأطر المؤسسية الإعلامية المتخصصة.
4. القيود الاجتماعية، والثقافية المتمثلة بالعادات، والتقاليد التي تقف عائقا أمام ممارسة الإعلام السكاني لدوره في مجال تنظيم الأسرة، والصحة الإنجابية.
5. تدني ثقة المواطن بالإعلام الرسمي.

6. ضعف الخبرات الإبداعية في إنتاج محتوى إعلامي جاذب حول القضايا السكانية والصحة الانجابية و تنظيم الأسرة.
7. المفاهيم الخاطئة لدى المجتمع حول قضايا السكان، وبعض مفاهيم تنظيم الأسرة.
8. ضعف جاذبية المحتوى الإعلامي الذي يتناول القضايا السكانية

عناصر البيئة الخارجية

الفرص

1. التوسع والتطور السريع في قطاع الإعلام الأردني.
2. الاستفادة من الخبرات الإعلامية السابقة في مجال الإعلام السكاني والصحة الانجابية و تنظيم الأسرة.
3. تقبل المجتمع لبعض مفاهيم تنظيم الأسرة مثل المباعدة الصحية بين الأحمال ومشروعيته في الإسلام.
4. التحديث المستمر للمعلومات المتعلقة بالفرصة السكانية.
5. الاستخدام الواسع للإعلام الرقمي من قبل الشباب الأردني.
6. زيادة نسبة التعليم في المجتمع وإمكانية تقبل المفاهيم السكانية.
7. وجود خبرة في إدماج الرسائل السكانية في المحتوى الإعلامي العام.
8. الاستفادة من برامج الجهات المانحة وشبكات المجتمع المدني مجال الإعلام السكاني والصحة الانجابية و تنظيم الأسرة.

التحديات

1. سرعة التغيرات الديموغرافية التي يشهدها الأردن.
2. ضعف وضوح السياسات السكانية في الأردن ضمن الأولويات الوطنية والربط بين قضايا السكان والتنمية.
3. عدم تبني صناع القرار القضايا السكانية كقضية كلية أساسية وأولوية من أولوياته.
4. القيم المجتمعية والثقافية الداعمة لتفضيل حجم الأسرة الكبير وتفضيل الأبناء الذكور عن الإناث
5. عدم جاذبية القضايا السكانية نفسها للجمهور مما يحول دون متابعته لها.
6. محدودية توظيف قادة الرأي ونماذج القدوة في القضايا السكانية.
7. ضعف الثقة العامة في المجتمع، وتراجع رأس المال الاجتماعي

التوجهات الاستراتيجية للإعلام السكان (2018- 2022)

يقصد بهذه الاستراتيجية مجموعة الجهود المنظمة والمخطط لها؛ التي يقوم بها الإعلام الأردني العام والخاص سعياً إلى توفير المعلومات، ورفع مستوى المعرفة في مجال السكان، والتأثير على اتجاهات واعتقادات وسلوكيات الجمهور الأردني بكل مكوناته ومستوياته العمرية، والتأثير على أولويات صناع السياسات العامة بما يخدم أهداف السياسة السكانية للدولة الأردنية، وبما يتوافق مع متطلبات التنمية الاقتصادية والاجتماعية المستدامة، وتحسين نوعية حياة المواطن الأردني.

الرؤية

إعلامٌ أردنيٌ فاعل ومؤثر في بناء اتجاهات وسلوكيات مجتمعية داعمة للتنمية، وقادر على التأثير الإيجابي في دعم السياسيات السكانية والتنموية.

الرسالة

تمكين المجتمع الأردني من الوصول إلى المعلومات السكانية بكفاءة، والتأثير في اتجاهات وسلوكيات الجمهور الأردني والسياسات العامة من خلال إعلام مهني متخصص يساعدهم على تحسين نوعية الحياة.

الهدف العام للاستراتيجية

بناء أجندة إعلامية داعمة للجهود الوطنية الهادفة لبلوغ الفرصة السكانية واستثمارها .

الأهداف الاستراتيجية الخاصة

1- بناء قدرات إعلامية مهنية متخصصة في مجال التنمية والسكان.
2- توفير معلومات سكانية بجودة عالية وتمكين الإعلاميين من الوصول إليها.
3- تطوير دور الإعلام في تهيئة بيئة سياسية ومؤسساتية وتشريعية داعمة للفرصة السكانية.
4- تفعيل دور الإعلام ووظائفه في زيادة الوعي لدى الفرد والمجتمع لتبني توجهات داعمة للقضايا السكانية.
5- تفعيل دور وسائل الإعلام في تغيير سلوك الافراد والمجتمع نحو قضايا السكان.

القيم والمبادئ

تستند الاستراتيجية الوطنية للإعلام السكاني إلى مبادئ الثقافة العربية والإسلامية وقيمها، وعلى قيم الدولة الأردنية وعلى قيم الديمقراطية وضرورة احترام حقوق المواطن، وترسيخ المواطنة، وعلى النحو التالي:

1- الوسطية الاسلامية.
2- احترام الثقافة الوطنية الأردنية.
3- احترام التنوع والتعدد.
4- احترام حقوق الإنسان وكرامته.
5- المواطنة العادلة.

الشركاء واللاعبون الأساسيون

يعتمد تنفيذ هذه الاستراتيجية على الشركاء واللاعبين الأساسيين، وفيما يلي أبرز هؤلاء الشركاء وأدوارهم الأساسية:

1. المجلس الأعلى للسكان HPC:

تم في عام 1973 إنشاء اللجنة الوطنية للسكان، وفي عام 2002 تمت إعادة هيكلة اللجنة الوطنية وتغيير اسمها لتصبح "المجلس الأعلى للسكان". وقد أعيد تشكيل المجلس في عام 2008 برئاسة رئيس الوزراء، ثم أعيد تشكيله مرة أخرى في عام 2012 برئاسة وزير التخطيط والتعاون الدولي، ويتكون المجلس من ممثلين عن مؤسسات رسمية ابرزها المؤسسات التعليمية ومؤسسات الرعاية الصحية ومؤسسة التدريب المهني ومؤسسة الاذاعة والتلفزيون والصندوق الاردني الهاشمي
وتسعى رؤية المجلس لتحقيق "حضور مؤثر في رسم السياسات ودعم القرارات السكانية للوصول إلى رفاه المواطن الأردني". ويتمتع المجلس الاعلى للسكان بقوة قانونية تمكنه من اقتراح السياسات السكانية للدولة ورفعها الى مجلس الوزراء للمصادقة عليها وتوجيه الجهود المبذولة في تنفيذها بكفاية وفاعلية للمساهمة في تحقيق أهداف خطط التنمية الاقتصادية والاجتماعية الشاملة إضافة إلى اقتراح السياسات الخاصة برفع مستوى الوعي بالقضايا السكانية والتنموية وكسب التأييد لها من خلال برامج مدروسة للإعلام والتعليم والاتصال وتسخير وسائل الإعلام المختلفة لتعزيز الوعي الجماهيري بالقضايا السكانية. ويُعد المجلس الجهة التنسيقية للجهود الحكومية والأهلية والدولية المتعلقة بالقضايا السكانية.

ومع ما يتمتع به من المجلس من عناصر قوة كفلها القانون والخبرات المتراكمة وشبكات العلاقات إلا أن دور المجلس في رسم السياسات يبقى محصوراً في تقديم الاستشارات والتوصيات، ما يجعله بحاجة إلى المزيد من الدعم السياسي.

ويعد المجلس في إطار هذه الاستراتيجية الجهة الرئيسية المعنية بتنفيذ هذه الاستراتيجية باعتبارها المرجعية الوطنية في السياسات السكانية والجهة التنسيقية للجهود الوطنية في مجال السكان، ويمارس دوره في هذه الاستراتيجية من خلال:

- الإشراف على التنفيذ واتخاذ القرارات: إن المجلس هو الجهة الموكل إليها متابعة تنفيذ الاستراتيجية، وتقترح هذه الاستراتيجية تشكيل لجنة دائمة ممثلة لكافة الشركاء وبرئاسة المجلس لتكون بمثابة المكتب الدائم للاستراتيجية.
- متابعة أعمال التنسيق مع الشركاء: ويشتمل ذلك متابعة أعمال التنسيق مع الشركاء الأساسيين أو الداعمين الاستراتيجيين الذي تمت الإشارة إليهم سابقاً.
- مرجع للمعلومات والسياسات: يمتلك المجلس قواعد بيانات وبحوث في مجالات القضايا السكانية، ويقوم بتحديثها بشكل دوري، وبذلك سوف تساعد هذه الإمكانيات في تطوير مبادرات وأنشطة إعلامية تسعى إلى استثمار هذه المعلومات في الأداء الإعلامي الذي يخدم أهداف الاستراتيجية.
- المراقبة والتقييم: يتولى المجلس رصد ومراقبة تنفيذ الاستراتيجية وتوثيق ومتابعة مؤشرات الأداء.

2. الهيئات والبرامج الدولية وأبرزها

2.1 صندوق الأمم المتحدة للسكانUNFPA: مُنظمة تابعة للأمم المُتحدة، وتعد وكالة إنمائية دولية بدأت عملها في 1969، وبدأ الصندوق أنشطته في دعم الاتصال السكاني في الأردن في العام 1976، ويعمل مكتب الأردن على تحقيق أهداف الألفية الإنمائية وأبرزها الهدف الخامس الخاص بالصحة الإنجابية ما يجعل عمل الصندوق في صلب اهتمام هذه الاستراتيجية وأحد الجهات المرشحة لدعم أنشطتها.

2.2 مشروع تواصل لسعادة الأسرة JCAP: مشروع تواصل لسعادة الأسرة "تواصل" ممول من الوكالة الأمريكية للتنمية الدولية USAID لمدة خمس سنوات "2014-2019" ويدعم الأهداف الوطنية التي نصت عليها الاستراتيجية الوطنية للصحة الإنجابية/ تنظيم الأسرة "2013-2017".

الهدف الاستراتيجي للمشروع هو زيادة ومواصلة استخدام خدمات الصحة الانجابية و تنظيم الأسرة والصحة الإنجابية على أنها خدمات فعالة، آمنة، ومقبولة للحصول صحة أسرية محسنة، مجتمع مزدهر، وأردن آمن. ويعمل مشروع تواصل على تحسين وتمكين بيئة سياسات داعمة لهذه الخدمات على المستوى الوطني. ويستطيع هذا المشروع ممارسة دوره في تنفيذ هذه الاستراتيجية من خلال:

- نقل وتبادل الخبرات: يعول على المشروع بدعم قدرات الشركاء من خلال تزويدهم بالخبرات والممارسات الجيدة في مجال الإعلام السكاني.
- التمويل: توفير التمويل لمبادرات وأنشطة أساسية كما تقدمها الخطة التنفيذية للاستراتيجية.
- المتابعة والتقييم: المساهمة في متابعة ومراقبة التنفيذ، والمساهمة في تقييم نتائج وآثار الاستراتيجية وتحديداً في مجال مؤشرات الصحة الإنجابية.

3. معهد الإعلام الأردني

مؤسسة مستقلة غير ربحية، تأسست في عمان عام 2006 ؛ وهو بيت خبرة في مجال الإعلام والاتصال وبناء القدرات الإعلامية، ويتمتع بسمعة محلية وإقليمية ودولية مرموقة، ويسعى المعهد إلى تحسين أداء وسائل الإعلام الأردنية من خلال التعليم والتدريب، والمعهد مرشح للقيام بدوره من خلال:

- وضع الاستراتيجية: قام فريق خبراء المعهد بوضع وثيقة هذه الاستراتيجية ومتابعة مراحل النقاش والمراجعات التي تمت مع كافة الشركاء.
- الإسهام في التنفيذ: يمثل المعهد في المكتب التنفيذي للاستراتيجية ويسهم في الأعمال والمتابعات التي تناط به من خلال هذا المكتب.
- التدريب وبناء القدرات: يقوم المعهد بتوفير التدريب وبناء القدرات وفق المسارات التي تقترحها الخطة التنفيذية لهذه الاستراتيجية.
- ضبط الجودة: يعمل المعهد من خلال إعداد الدراسات وتحليل المحتوى الإعلامي على إعداد تقارير حول جودة مخرجات وسائل الإعلام وتحديد مدى اقترابها من أهداف هذه الاستراتيجية.

4. وسائل الإعلام الأردنية

تَقدمَ قطاع الإعلام الأردني في سنوات العقد الأخير وازداد تنوعاً وانتشاراً. وحسب نمط الملكية يقسم الإعلام الأردني إلى ثلاثة أنماط: الملكية العامة وتحديداً في إعلام البث العام الإذاعي والتلفزيوني، والملكية الخاصة حيث يحتل العدد الأكبر من وسائل الإعلام سواء الصحف اليومية والأسبوعية ومواقع إخبارية على شبكة الإنترنت إضافة إلى الإذاعات ومحطات التلفزيون. والملكية المجتمعية؛ أي الوسائل التي يملكها المجتمع ويديرها من خلال مؤسسات ومنظمات أهلية.

أما حسب تمثيل وسائل الإعلام الأردنية وفق قطاعات وسائل الإعلام:

الصحف اليومية: تصدر في عمان ست صحف يومية باللغة العربية وصحيفة واحدة باللغة الإنجليزية، ولا تصدر في المحافظات أي صحيفة يومية.

الإذاعات: في نهاية عام 2016 بلغ عدد الإذاعات 40 إذاعة مرخصة. هناك 13 محطة تعود ملكيتها للقطاع العام و27 محطة تعود للقطاع الخاص، وعلى الرغم من التركيز الواضح للمحطات الإذاعية في العاصمة إلا أن التحول في السنوات العشر الأخيرة أخذ يميل تدريجياً لانتشار محطات الإذاعة في المحافظات وتحديداً التي تملكها مؤسسات شبه عامة أو بلديات أو جامعات وتوفر خدمات محلية[28].

القنوات التلفزيونية: وصل عدد محطات البث الفضائي والبث التلفزيوني وإعادة البث المرخصة نحو 78 محطة، منها العديد من المحطات العربية غير الموجهة للجمهور الأردني، إضافة إلى محطات السلايد شو، أما محطات البث الفعلية التي تقدم مضمون الإعلام للجمهور الأردني فهي لا تتجاوز 12 محطة.

المواقع الإخبارية الإلكترونية: تجاوز عدد المواقع الإخبارية المرخصة الإلكترونية 170 موقعاً.

إن أدوار وسائل الإعلام في تنفيذ أنشطة ومبادرات هذه الاستراتيجية يتمثل في:

- زيادة حجم المحتوى الإعلامي المقدم للجمهور الأردني حول القضايا السكانية وتحسين نوعيته.
- تحقيق المزيد من الاستجابة من قبل الإعلاميين ومؤسساتهم لأهداف الاستراتيجية ومتطلباتها.

[28] مجد العمد، هيئة الإعلام، تصنيف وسائل الإعلام الأردنية، 2015.

5. **شبكة الناطقين الإعلامين الرسمين:** يوجد أكثر من 60 ناطقاً إعلامياً رسمياً يمثلون الوزارات والمؤسسات العامة. بدأ اعتماد ناطقين إعلاميين في الوزارات والحكومات منذ العام 1992 وتحولت الفكرة إلى شبكة للناطقين الإعلاميين في عام 2004 ، إلا أن الحكومة لم توفق في إصدار تشريع لضبط عملهم.

إن هذه الاستراتيجية معنية بشكل مباشر في تطوير أداء الناطقين الرسميين وتحديداً في المؤسسات ذات الصلة بالقضايا السكانية، وزيادة فاعلية أدوارهم وإشراكهم بشكل مباشر في أنشطة ومبادرات هذه الاستراتيجية من خلال:

- انخراط الناطقين الإعلاميين الحكوميين ببرامج وأنشطة تدريبية في مجال الإعلام السكاني.
- جعل هذه الفئة موئلاً للمعلومات السكانية والتنموية التي تحتاجها وسائل الإعلام.
- دفع هذه الفئة إلى زيادة العرض المعلوماتي في مجالات القضايا السكانية والتنموية الأمر الذي قد يخلق طلباً على هذا النوع من المعلومات.

الجمهور المستهدف

الجمهور المستهدف في هذه الاستراتيجية، هم الجهات والأفراد الذين سيتم توجيه الرسائل الإعلامية والتعليمية إليهم والمتعلقة بالقضايا السكانية والصحة الانجابية و تنظيم الأسرة، من أجل تغيير اتجاهاتهم واعتقاداتهم وممارساتهم بشكل إيجابي يتوافق مع الأهداف العامة للاستراتيجية والمجلس الأعلى للسكان. ولغايات المواءمة بين الأهداف الاستراتيجية وآليات التنفيذ المختلفة تم تقسيم الجمهور المستهدف من هذه الاستراتيجية إلى ثلاثة مستويات، كالتالي:

الخط الأول:

الصحافيون والإعلاميون والمؤسسات الإعلامية باعتبارهم المحرك الرئيسي لتوجيه وتفعيل دور الإعلام في بناء اتجاهات وسلوكيات مجتمعية داعمة للتنمية، وقادر على التأثير الإيجابي في السياسيات السكانية التنموية، وذلك من خلال تطوير محتوى إعلامي يتناول القضايا السكانية والصحة الانجابية والصحة الانجابية و تنظيم الأسرة بأسلوب جاذب ومؤثر.

- **الصحافيون والإعلاميون**: المدراء العامون، رؤساء التحرير ومدراء الأخبار والبرامج، منتجو البرامج بالتلفزيون والإذاعة،المراسلون، مقدمو البرامج ونشرات الأخبار، الصحافيون وكتاب الأعمدة، والناشطون في الإعلام الرقمي والاجتماعي.
- **المؤسسات الإعلامية:** المؤسسات الإعلامية "إذاعة – تلفزيون- صحافة - مواقع الكترونية" ونقابة الصحافيين الأردنيين.

الاهداف المباشرة :

- بناء قدرات إعلامية مهنية متخصصة في مجال التنمية والسكان.
- توفير معلومات سكانية بجودة عالية وتمكين الإعلاميين من الوصول إليها.

الخط الثاني:

صناع السياسات ومتخذو القرار، وهم الأشخاص المؤثرون الذين لهم صلة بالسياسة العامة، ويعملون على تنفيذها من خلال تعديل التشريعات وتوفير الدعم والموارد المالية؛ لذا يجب توجيه رسائل خاصة لهم لزيادة وعيهم بالقضية السكانية، وذلك من خلال تزويدهم بالمعلومات والبيانات التي توضح خطورة الواقع السكاني وأثره على التنمية من أجل إحداث تغيير في اتجاهاتهم نحو النمو السكاني وخلق اتجاهات إيجابية جديدة

تنعكس على القرارات والسياسات والتشريعات والخطط الاستراتيجية بحيث تتضمن محاور مهمة تأخذ المسألة السكانية بعين الاعتبار.

مؤسسات المجتمع المدني: تتنوع مؤسسات المجتمع المدني المعنية بالقضايا السكانية والتنموية، ويوجد أكثر من 150 مؤسسة فاعلة بشكل مباشر أو غير مباشر في مجالات هذه الاستراتيجية.

الأهداف: تهيئة بيئة سياسية ومؤسساتية وتشريعية داعمة للفرصة السكانية.

الخط الثالث

المجتمع : يلعب المجتمع بشرائحه المختلفة، الدور الأساسي في تحقيق الأهداف الوطنية السكانية وتعظيم أثر الفرصة السكانية وذلك من خلال تبنيه لتوجهات وسلوكيات إيجابية داعمة لقضايا السكان والصحة الإنجابية والصحة الانجابية و تنظيم الأسرة ؛ ولذا من الضروري تطوير مواد إعلامية جاذبة تسهم فيما يلي :

- رفع الوعي بقضايا السكان وتأثيرها على التنمية بمجالاتها المختلفة.
- زيادة الوعي حول الصحة الانجابية ومكوناتها وأهميتها
- زيادة الوعي حول أهمية الصحة الانجابية و تنظيم الأسرة وفوائده على الأم والطفل والأسرة والمجتمع وتعزيزه كوسيلة لتحقيق الفرصة السكانية.
- تصحيح المفاهيم الخاطئة حول تنظيم الأسرة من خلال توفير المعلومات الصحيحة حول الصحة الإنجابية وتنظيم الأسرة.
- بناء توجهات إيجابية حول قضايا الفرصة السكانية الاساسية مثل تمكين الشباب وتمكين المرأة والتعليم والتدريب المهني والتشغيل الذاتي والريادة والابداع .
- بناء توجهات وسلوكيات إيجابية حول مفاهيم الصحة الانجابية و تنظيم الأسرة، مثل: تبني حجم أسرة صغير، والمباعدة الصحية بين الأحمال، والمشورة العلمية، واستخدام الوسائل الحديثة لتنظيم الأسرة.

الأسرة: تعد الأسرة فئة مستهدفة في الاستراتيجية الوطنية للإعلام السكاني لأنها المعنية بشكل رئيسي بعملية الإنجاب والتربية والتنشئة الاجتماعية وإكساب أفرادها المهارات الحياتية الأساسية, لذا لابد أن تكون مستهدفة بشكل مقصود من أجل زيادة وعيها حول قضايا السكان وتأثيرها على تحقيق الرفاه الأسري وزيادة الوعي لديها حول المواضيع المتعلقة بالصحة الانجابية وتنظيم الأسرة وتصحيح المفاهيم الخاطئة المتعلقة بتنظيم الأسرة والتأثير الإيجابي في توجهاتها وأهدافها الإنجابية لتبني سلوكيات داعمة للصحة الانجابية و تنظيم

الأسرة. والاولويات السكانية المتمثلة في تمكين الشباب وتمكين المرأة والتشغيل الذاتي والتدريب المهني والريادة والابداع .

النساء والرجال في سن الإنجاب: ترتبط الخصوبة لدى الجنسين بمرحلة عمرية محددة؛ إذ تنخفض لدى النساء مع تقدم العمر، حيث تمتد خصوبة المرأة من سن 15 إلى سن 45. وأما الرجال فيمرون هم أيضا بانخفاض في الخصوبة مرتبط بعمرهم، وهذا ما يحصل بشكل متأخر أكثر من النساء.

إن هذه الفئة العمرية من السكان، تسهم في النمو السكاني من خلال سلوكها الإنجابي، ولذلك فهي بحاجة إلى معلومات تتعلق بالصحة الإنجابية وتنظيم الأسرة، كما أنها بحاجة أيضاً إلى أن تستوعب أن سلوكها الإنجابي المطرد يساهم بالنمو السكاني المرتفع الذي يؤثر بدوره على التنمية بمجالاتها الاجتماعية والاقتصادية. وحتى يتحقق ذلك تحتاج هذه الفئة إلى التوعية والتثقيف لخلق توجهات إيجابية من خلال رسائل إعلامية خاصة توجه اليها.

الشباب: تشير بيانات التعداد السكاني لعام 2015 أن نسبة السكان من الشباب ممن هم دون سن 30 سنة في المجتمع الأردني تبلغ 70% من مُجمل السكان، كما تبلغ نسبة مَن منهم بين سن 15-24 بنسبة 22% ؛ منهم 48% من الإناث. إن هذه الفئات العمرية اليافعة من الشباب هي الفئة المستهدفة الأكثر أهمية لتحقيق الاستغلال الأمثل للفرصة السكانية كما أنها ستسهم برفد المجتمع بأطفال جدد بمجرد دخولهم فئة المتزوجين؛ لذا فإنه من الضروري العمل على زيادة الوعي لديها وخلق توجهات إيجابية لتبني سلوكيات داعمة للفرصة السكانية في مجالات التعليم والتدريب المهني والتشغيل الذاتي والريادة والابداع والصحة الانجابية وتنظيم الأسرة.

حديثو الزواج: أشار الكتاب السنوي الإحصائي الأردني لعام 2015، الصادر عن دائرة الإحصاءات العامة، إلى أن عدد عقود الزواج المسجلة بالأردن خلال عام 2015 في المحاكم الشرعية والكنسية بلغت 81373 عقداً، وأن عدد العقود التي كان فيها عمر الزوجة بين 15 و18 عاماً، بلغت 16019 عقداً وبنسبة 19.7% ؛ وبتقسيم عقود الزواج حسب الفئات العمرية المختلفة للزوجات، خلال العام 2016 الماضي، نجد أن الفئة العمرية الواقعة ما بين "19-24 عاماً" احتلت المركز الأول، وذلك بنسبة 49.5 %، تلتها الفئة العمرية الواقعة ما بين "15-18 عاماً" وذلك بنسبة 19.7%، ثم الفئة العمرية الواقعة ما بين "25-29 عاماً" وذلك بنسبة 17.9 %، والفئة العمرية "30-34 عاماً" بنسبة 6%، والفئة العمرية "35-39 عاماً" بنسبة 3.3%، ثم الفئة العمرية "40-44 عاماً" بنسبة 2%، والفئة العمرية "45-49 عاماً" بنسبة 1%، وأخيراً الفئة العمرية "50 – فأكثر" وذلك بنسبة 0.6%.

ونلحظ مما سبق من الأرقام والإحصائيات أن نسبة المتزوجين حديثاً أغلبهم من الشباب في سن الإنجاب لذا فإن تطوير برامج إعلامية حول موضوعات الصحة الإنجابية وتنظيم الأسرة لهم، سيسهم في خلق توجهات وسلوكيات إيجابية نحو تبني مفهوم الأسرة الصغيرة وتأخير الإنجاب لما بعد السنة الأولى من الزواج والإقبال على استخدام الوسائل الحديثة لتنظيم الاسرة.

المرأة: تعتبر المرأة فئة أساسية من الفئات التي تستهدفها الاستراتيجية الوطنية للإعلام السكاني؛ إذ يؤثر توفير فرص العمل والتشغيل لها تأثيراً كبيراً على معدلات الإنجاب والحالة الصحية للأطفال؛ حيث تزداد فرصة مشاركة الإناث في قوة العمل نتيجة لانخفاض معدل الخصوبة وانخفاض حجم الأسرة، كما يؤدي انخفاض معدل الخصوبة إلى انخفاض عدد سنوات الرعاية الأولى للأطفال، مما يسهم بشكل أكبر في زيادة فرص المشاركة في قوة العمل وسد الفجوة بين عمالتهن وعمالة الذكور. كما تستهدف هذه الاستراتيجية زيادة وعي النساء والمجتمع بمفهوم العمل المرن للنساء وتوفير بيئة ملائمة وداعمة لعمل المرأة تراعي ظروفها الاجتماعية والصحية .

الرجل:لا شك أن مفهوم الصحة الإنجابية لا يقتصر على المرأة وحدها، وإنما يشمل الرجل أيضاً في تحقيق هذه الحالة من الرفاه الاجتماعي؛ حيث يتمتع الرجل داخل أسرته في المجتمع العربي بمكانة مميزة، وله دورٌ كبيرٌ في اتخاذ القرارات الحاسمة المتعلقة مثلا بالتعليم والصحة والإنجاب والعمل. ويتحكم الرجل في صحة النساء والفتيات من خلال مسؤوليته في اتخاذ القرار في مواضيع ذات صلة بهذه الأمور، مثل: زواج البنات المبكر، وعدد الأطفال، وتعليم البنات، وتوفير الموارد الاقتصادية للأسرة.

وفي الواقع، ما تزال نسبة مشاركة الرجال في قضايا الصحة الانجابية و تنظيم الأسرة في المجتمع الأردني متدنية وبخاصة في المناطق الريفية النائية والتجمعات البدوية، حيث يحدد حجم الأسرة وعدد الأبناء مكانة الرجل في المجتمع.

رجال الدين: يحتل رجال الدين مكانة اجتماعية مرموقة في المجتمع، ويعتبرون مرجعية مهمة لدى عدد كبير من الناس؛ لذا يحتاج هؤلاء الرجال إلى معلومات وبيانات دقيقة وصحيحة حول مفهوم المشكلة السكانية، وكذلك الفرصة السكانية وأثر برامج الصحة الانجابية وتنظيم الأسرة على النمو السكاني, ليشاركوا بالتوعية والتوجيه والتأثير في الجمهور.

قادة المجتمع المحلي: يشكل قادة الرأي في المجتمع أحد أهم الفئات المستهدفة في الحملات الإعلامية المتعلقة بالتوعية والتثقيف بقضايا السكان والفرصة السكانية؛ إذ لابد من تصميم رسائل إعلامية خاصة لهم تتميز بالبساطة والوضوح والدقة ليتمكنوا من نقلها إلى بقية أفراد المجتمع.

ان الهدف من مخاطبة هذه الفئة يتمثل بكونهم فئة وسيطة بين وسائل الإعلام والمجتمع ما يخدم اسلوب الاتصال والإعلام على مرحلتين ؛ اي ان الرسائل الإعلامية تنتقل في المرحلة الاولى من وسائل الإعلام الى قادة الرأي ومن تنتقل من قادة الرأي الى الجمهور .

مصفوفة أهداف الإعلام السكاني والرسائل الأساسية ومزيج القنوات الإعلامية والجمهور.

الأهداف والرسائل العامة

أهداف الإعلام السكاني ذات الصلة بالمحتوى

1- بناء قدرات إعلامية مهنية متخصصة في مجال التنمية والسكان.

2- توفير معلومات سكانية بجودة عالية وتمكين الإعلاميين من الوصول إليها.

3- - تطوير دور الإعلام في تهيئة بيئة سياسية وتشريعية داعمة للفرصة السكانية.

4- تفعيل دور الإعلام في زيادة الوعي لدى الفرد والمجتمع لتبني توجهات داعمة للقضايا السكانية.

5- تفعيل دور وسائل الإعلام في تغيير سلوك الأفراد والمجتمع نحو القضايا السكانية.

الرسائل الإعلامية العامة

1- أسرة أردنية صغيرة سعيدة ، تتقدم بالمساواة بين الجنسين.

2- الصحة الإنجابية للجميع - الصحة الإنجابية مسؤولية الجميع

3- شباب أردني مشارك ومنتج وريادي ومبتكر .

4- مفتاح تقدم المجتمع الأردني وازدهاره يكمن في تمكين النساء سياسياً واقتصادياً واجتماعياً.

5- اللاجئون والعمالة الوافدة هم جزء من السكان لهم حقوق وعليهم واجبات.

6- أولوية القضايا السكانية في التخطيط التنموي وفي السياسات العامة.

الأهداف	الرسائل الإعلامية	القنوات والوسائل الإعلامية الاساسية
صناع السياسات ومتخذو القرارات		
- زيادة وعي وإدراك صناع السياسات بأولوية القضايا والأبعاد السكانية في التخطيط التنموي والسياسات السكانية. - دفع صناع السياسات ومتخذي القرارات لتخصيص المزيد من الموارد للقضايا السكانية من أجل التكيف الإيجابي مع الفرصة السكانية. - تناول الأبعاد السكانية بشمولية بعيدا عن الانتقائية ، ومراعاة عدالة توزيع الموارد التنموية. - أخذ البعد السكاني الخاص باللاجئين والعمالة الوافدة باعتبارهما كتلة سكانية في المديين القريب والمتوسط. - الالتفات لمخاطر التركيز السكاني في العاصمة ومحيطها	- التنمية هي السكان. - السياسيات التنموية الناجحة تبدأ بالسكان وتنتهي بهم. - الفرصة السكانية تعني مستقبل الأردن. - الفرصة السكانية تحول تاريخي في التركيب العمري للسكان نحو مجتمع المنتجين . - الفرصة السكانية قد تكون نعمة أو نقمة ، صناع السياسات هم من يحدد ذلك - على الخطط التنموية والسياسات العامة أن تأخذ واقع اللاجئين والعمالة الوافدة باعتبارها كتلة سكانية. - عدالة توزيع الموارد أساس نجاح التنمية. - تركيز السكان والموارد في العاصمة خطر ومصدر تهديد. - إن مسؤولية الصحة الإنجابية تقع على عاتق الأفراد ذكورا وإناثاً في المراحل	- النشرات الاخبارية العامة - تقارير المعلومات - التقارير الاخبارية - مقالات الكتاب المؤثرون - البرامج الحوارية - المقابلات الصحفية

الأهداف	الرسائل الإعلامية	القنوات والوسائل الإعلامية الاساسية
	العمرية كافة وعلى المجتمعات وعلى السياسات والحكومات في الوقت عينه. - هنالك ترابط وثيق بين التنمية والسكان والصحة الإنجابية	
الأهداف	**الرسائل الإعلامية**	**القنوات والوسائل الإعلامية الاساسية**
مؤسسات المجتمع المدني.		
- رفع وعي نشطاء المجتمع المدني بأهمية القضايا السكانية وأولويتها. - وضع القضايا السكانية على أجندة المجتمع المدني الأردني وبرامجها. - مجالات الفرصة السكانية أولوية في برامج عمل مؤسسات المجتمع المدني. - المساهمة في تهيئة بيئة سياسية وتشريعية داعمة للفرصة السكانية.	- السكان أولوية تنموية. - أولويات جديدة للمرأة الأردنية (الإنتاجية، المشاركة الفعلية، سوق العمل المنظم). - مؤسسات مدنية داعمة لقضايا الفرصة السكانية. - كسب التأييد للسياسات الداعمة للقضايا السكانية - إن مسؤولية الصحة الإنجابية تقع على عاتق الأفراد ذكورا وإناثاً في المراحل العمرية كافة وعلى المجتمعات وعلى السياسات والحكومات في الوقت عينه. - الصحة الإنجابية للجميع الصحة الإنجابية	- تقارير اخبارية - تحقيقات استقصائية - تقارير معمقة - مقالات الكتاب - المقابلات الصحفية

الأهداف	الرسائل الإعلامية	القنوات والوسائل الإعلامية الاساسية
	مسؤوليةالجميع فلنطالب بها	
المجتمع		
- رفع الوعي بالقضايا السكانية وتأثيرها على نوعية حياة الأردنيين. - زيادة الوعي وبناء اتجاهات إيجابية وتعديل السلوك نحو قضايا الصحة الإنجابية وتنظيم الأسرة - زيادة الوعي بأهمية الأسرة الصغيرة. - تصحيح المفاهيم الخاطئة حول تنظيم الأسرة والمباعدة بين الأحمال. - زيادة الوعي بالمساواة بين الجنسين. - إضفاء المزيد من القيمة والتقدير الاجتماعي على التعليم والعمل المهني للشباب.	- الصحة الإنجابية حق كل شخص، فهي الأساس لأطفال أصحاء وعلاقات حميمة سليمة وعائلات سعيدة - الصحة الإنجابية لا تقتصر على صحة المرأة المتعلقة بالحمل والإنجاب، إنما تتخطاها إلى صحة الرجل والمرأة بمفهومها الشمولي لضمان حدوث تكاثر سليم وإنجاب أطفال سليمين وبالتالي بناء مجتمعات سليمة - المساواة والعدالة للرجال والنساء، لتمكين الأفراد من اتخاذ قرارات حرة وواعية في جميع مجالات الحياة وخالية من التمييز القائم على النوع الإجتماعي - أسرة صغيرة أسرة سعيدة. - وسائل تنظيم الأسرة الحديثة آمنة	- النشرات الاخبارية العامة - الدراما التلفزيونية - برامج الحوارات - برامج ومحتوى لايف ستايل lifestyle content - برامج الخدمات الاذاعية الصباحية . - Morning show البرامج الصباحية. - vox pop (برامج استطلاعات الشارع)

	وموثوقة وفعالة. - تباعد الحمل لثلاث سنوات لحياة كريمة معافاة وأطول وأسرة مزدهرة. - البنت والولد في ميزان واحد. - لا يمكن أن يتقدم المجتمع بدون مشاركة المرأة. - العمل المهني يعني استقرار وأمان . - الريادة والابتكار مفتاح المستقبل - ابدأ مشروعك	
الأهداف	**الرسائل الإعلامية**	**القنوات والوسائل الإعلامية الاساسية**
الأسرة		
- زيادة وعي الأسرة بالقضايا السكانية الأساسية. - زيادة الوعي وبناء اتجاهات إيجابية وتعديل السلوك نحو قضايا الصحة الإنجابية وتنظيم الأسرة - دعم مفهوم الأسرة الصغيرة ودورها في تحسين نوعية الحياة. - تصحيح بعض المفاهيم الاجتماعية والثقافية الخاطئة	- الصحة الإنجابية مكون رئيسي للصحة العامة، في جميع مراحل الحياة، لكل من الرجال والنساء. - للنساء والرجال الحق في اتخاذ القرارات المتعلقة بالصحة الإنجابية،بما في ذلك الإختيار الطوعي في الزواج	- الحلقات الاذاعية والتلفزيونية المصغرة Mini-episode - الدراما الطبية[29] Medical Drama: - الدراما التلفزيونية - البرامج الدينية - الفيديوهات القصيرة

[29] - Medical Drama:
تقوم الدراما الطبية حول فريق من الأطباء الذين يساعدون المرضى الذين تورطوا في حوادث خطيرة أو غير ذلك. والأكثر شيوعا هو وقوع حادث يؤدي إلى استدعاء الأطباء لمساعدة المصابين. ومعظمها عادة ما يكون مقرها حول المستشفى .

حول تنظيم الأسرة والتفضيل حسب الجنس. - بناء اتجاهات إيجابية حول قضايا الفرصة السكانية وأهمها : نوعية التعليم والتدريب وقيمة العمل المهني. والريادة والتشغيل الذاتي	وتكوين الأسرة وتحديد عدد الأطفال وفترة المباعدة بينهم والحق في الحصول على المعلومات والوسائل للقيام بذلك. - المساواة والعدالة للرجال والنساء، لتمكين الأفراد من اتخاذ قرارات حرة وواعية في جميع مجالات الحياة وخالية من التمييز القائم على النوع الإجتماعي - أسرة صغيرة سعيدة تتقدم بالمساواة بين الجنسين. - وسائل تنظيم الأسرة الحديثة آمنة وموثوقة وفعالة. - مزيد من الحوار داخل الأسرة حول مستقبل الأبناء والبنات. - تباعد الأحمال لثلاث سنوات، يعني حياة كريمة ومعافاة وبدون علل. - البنت والولد هما الأغلى. - الفتاة عزوة وسند. - الريادة في الاعمال اساس متين لبناء ثروة الاسرة	- التقارير الصحفية

الأهداف	الرسائل الإعلامية	القنوات والوسائل الإعلامية الاساسية
	- التعليم المهني والتقني فرصة ثمينة للأبناء	
الأهداف	**الرسائل الإعلامية**	**القنوات والوسائل الإعلامية الاساسية**
النساء والرجال في سن الإنجاب		
- زيادة الوعي وبناء اتجاهات إيجابية وتعديل السلوك نحو قضايا الصحة الإنجابية وتنظيم الأسرة - تصحيح المفاهيم الخاطئة حول تنظيم الأسرة والمباعدة بين الأحمال. - زيادة المعرفة بالوسائل الحديثة لتنظيم الأسرة. - تشجيع الأزواج على المزيد من الحوار للتخطيط لأسرتهم. - تعزيز مفهوم الأسرة الصغيرة.	- الصحة الانجابية تشمل صحة المرأة والرجل على السواء، وتتناول حاجات كل منهما ودوره ومسؤولياته - تحاورا من أجل أسرة سعيدة. - وسائل تنظيم الأسرة الحديثة آمنة وموثوقة وفعالة - اختارا معاً الوسيلة الملائمة للمباعدة بين الأحمال. - الفتاة عزوة وسند.	- الحلقات الاذاعية والتلفزيونية المصغرة Mini-episode - الدراما الطبية Medical Drama - الدراما التلفزيونية - البرامج الدينية - التقارير الصحفية
الأهداف	**الرسائل الإعلامية**	**القنوات والوسائل الإعلامية الاساسية**
المرأة		
- زيادة الوعي وبناء اتجاهات إيجابية وتعديل السلوك نحو قضايا الصحة الإنجابية وتنظيم	- الصحة الانجابية تحافظ على صحة المرأة وعلاقتها السليمة بأسرتها ودورها	- النشرات الاخبارية العامة - الحلقات الاذاعية والتلفزيونية المصغرة

الأسرة .	في تنمية مجتمعها	Mini-episode
- تمكين المرأة اقتصاديا وزيادة انخراطها في سوق العمل. - زيادة مشاركة المرأة في الحياة العامة. - الانتقال بالمرأة العاملة من القطاع الغير المنظم إلى القطاع المنظم. - مواجهة العنف ضد المرأة.	- للنساء الحق في الوصول إلى خدمات تنظيم الأسرة واختيار الوسيلة التي تناسبهم بناء على المعلومة الوافية. - العنف بأشكاله كافة ضد المرأة قضية صحية جادة - المباعدة بين الأحمال يعني للمرأة حياة أطول ومعافاة وبدون علل. - هنالك وسائل عديدة لتنظيم الاسرة الحديثة اختاري منها ما يناسبك. - وسائل تنظيم الاسرة آمنة وموثوقة وفعالة - المرأة المنتجة والعاملة سند للأسرة. - المرأة قادرة على إحداث الفرق في الحياة العامة. - لا تتنازلي عن حقك في الاشتراك في الضمان الاجتماعي. - الإبلاغ عن العنف الموجه ضدك سوف يساهم في منع العنف ضد بناتك في المستقبل.	- الدراما الطبية Medical Drama - الدراما التلفزيونية - البرامج الدينية . - الفيديوهات القصيرة - التقارير الصحفية

الأهداف	الرسائل الإعلامية	القنوات والوسائل الإعلامية الاساسية
الرجل		
- ضمان دعم الرجل لمفهوم الأسرة الصغيرة. - تعديل مفهوم الرجال نحو جنس المولود وتفضيل الذكور. - زيادة مساندة وتأييد الرجال لقضايا المرأة وحقوقها. - زيادة الوعي وبناء اتجاهات إيجابية وتعديل السلوك نحو قضايا الصحة الإنجابية وتنظيم الأسرة	- الرجل شريك اساسي ومهم في القرارات المتعلقة بقضايا الصحة الإنجابية وتنظيم الأسرة. - الصحة الانجابية تشمل صحة المرأة والرجل على السواء، وتتناول حاجات كل منهما ودوره ومسؤولياته - - أسرة صغيرة طريق لمستقبل زاهر للأبناء والبنات. - البنت كما الولد عزوة وكرامة. - الثقة بقدرات المرأة وامكانياتها	- النشرات الاخبارية - الحلقات الاذاعية والتلفزيونية المصغرة Mini-episode - الدراما الطبية Medical Drama - الدراما التلفزيونية - البرامج الدينية - التقارير الصحفية والمقابلات - برامج الحوارات التلفزيونية
الأهداف	**الرسائل الإعلامية**	**القنوات والوسائل الإعلامية الاساسية**
الشباب		
- زيادة وعي الشباب بالتحول من مجتمع الموظفين إلى مجتمع الرياديين. - تحفيز الشباب وإضفاء المزيد من القيمة والتقدير	- للشباب الحق في الحصول على خدمات الصحة الانجابية المناسبة و المعلومة الصحية السليمة.	- الحلقات الاذاعية والتلفزيونية المصغرة Mini-episode - الدراما الطبية Medical Drama

<table dir="rtl">
<tr><td>الاجتماعي على عمل الشباب المهني والتقني.
- زيادة إدراك الشباب وممارستهم للمشاركة الفعالة في الحياة العامة.
- الحد من مظاهر العنف وتعاطي المخدرات والتطرف في أوساط الشباب.
- زيادة الوعي وبناء اتجاهات إيجابية وتعديل السلوك نحو قضايا الصحة الإنجابية وتنظيم الأسرة</td><td>- كن ريادياً وأبدأ مشروعك.
- المبتكرون الجدد شباب عاديون يفكرون خارج الصندوق.
- التعليم المهني يقود إلى الأمان والاستقرار.
- أساس المواطنة المشاركة.
- أبحث دوماً عن وسيلة سلمية لحل الخلافات.
- تبنى اسلوب الحوار في حل المشكلات
- خطط لمستقبلك لتحقق النجاح في كافة الجوانب .
- اسرة صغيرة سعيدة</td><td>- الدراما التلفزيونية
- البرامج والدراما الكوميدية .
- التقارير الصحفية
- اللقاءات الحوارية</td></tr>
<tr><th>الأهداف</th><th>الرسائل الإعلامية</th><th>القنوات والوسائل الإعلامية الاساسية</th></tr>
<tr><th colspan="3">حديثو الزواج</th></tr>
<tr><td>- زيادة الوعي وبناء اتجاهات إيجابية وتعديل السلوك نحو قضايا الصحة الإنجابية وتنظيم الأسرة.
- دعم فكرة تأخير الإنجاب لما بعد السنة الأولى من</td><td>- الصحة الإنجابية تتضمن حق الزوجين في التمتع بحياة جنسية مرضية ومأمونة، والقدرة على التناسل والتكاثر وحرية تقرير موعد وعدد الأطفال المرغوب</td><td>- برامج ومحتوى لايف ستايل lifestyle content
- برامج الخدمات الاذاعية الصباحية .
- Morning show البرامج الصباحية.</td></tr>
</table>

الزواج. - الإقبال على استخدام الوسائل الحديثة لتنظيم الأسرة. - دعم المباعدة بين الأحمال ومفهوم الأسرة الصغيرة. - تشجيع الحوار بين الأزواج حول مستقبل الأسرة وخيارات الصحة الإنجابية ووسائلها.	فيهم دون إكراه. - سنة أولى زواج بدون أطفال من أجل أسرة سعيدة. - تحاورا حول أفضل طريقة للمباعدة بين الأحمال. - النساء الصغيرات أكثر حاجة لاستشارة الأطباء والمختصين حول خيارات الصحة الإنجابية. - وسائل تنظيم الأسرة الحيثة متعددة الخيارات - وسائل تنظيم الاسرة الحديثة أمنة وموثوقة وفعالة	- الحلقات الاذاعية والتلفزيونية المصغرة Mini-episode - الدراما الطبية Medical Drama - الدراما التلفزيونية - البرامج الدينية
الأهداف	**الرسائل الإعلامية**	**القنوات والوسائل الإعلامية الاساسية**
رجال الدين		
- تعزيز استخدام المحتوى الديني الإعلامي حول الصحة الانجابية و تنظيم الأسرة والمباعدة في الأحمال. - تعزيز استخدام المحتوى الديني الذي يكرم المرأة والإناث بشكل عام ، ويحد من قوة التقاليد والثقافة	- الإسلام يدعو إلى تنظيم الأسرة ويشجع عليه. - الإسلام يكرم المرأة، يرفع من مكانتها. - التمييز بين الجنسين في المواليد محرم في الإسلام.	- تقارير المعلومات - النشرات الاخبارية - برامج الحوارات - البرامج الدينية - مقالات الكتاب

الأهداف	الرسائل الإعلامية	القنوات والوسائل الإعلامية الاساسية
التي تفضل الذكور على الإناث.	- إن مسؤولية الصحة الإنجابية تقع على عاتق الأفراد ذكورا وإناثاً في المراحل العمرية كافة وعلى المجتمعات وعلى السياسات والحكومات في الوقت عينه. - الصحة الإنجابية للجميع الصحة الإنجابية مسؤولية الجميع فلنطالب بها	- التقارير الصحفية
الأهداف	**الرسائل الإعلامية**	**القنوات والوسائل الإعلامية الاساسية**
قادة الرأي والقادة الاجتماعيون		
- زيادة وعي الأسرة بالقضايا السكانية الأساسية. - زيادة وعي الأسرة بفوائد الصحة الانجابية و تنظيم الأسرة - دعم مفهوم الأسرة الصغيرة ودورها في تحسين نوعية الحياة. - زيادة مساندة وتأييد الرجال لقضايا المرأة وحقوقها. - إضفاء المزيد من القيمة والتقدير الاجتماعي على عمل الشباب المهني.	- أسرة صغيرة طريق لمستقبل زاهر للأبناء والبنات. - البنت كما الولد عزوة وكرامة. - الثقة بقدرات المرأة وامكانياتها - العمل المهني امان واستقرار - إن مسؤولية الصحة الإنجابية تقع على عاتق الأفراد ذكورا وإناثاً في المراحل العمرية كافة وعلى المجتمعات وعلى السياسات والحكومات في الوقت عينه. - الصحة الإنجابية للجميع الصحة الإنجابية	- تقارير المعلومات - النشرات الاخبارية - برامج الحوارات - البرامج الدينية - مقالات الكتاب - التقارير الصحفية - والحوارات التلفزيونية والاذاعية .

	مسؤوليةالجميع فلنطالب بها - هنالك ترابط وثيق بين التنمية والسكان والصحة الإنجابية	

التوجهات والأولويات الاستراتيجية الوطنية في الإعلام السكاني

التوجه الاستراتيجي	الأولويات	المجالات والوسائل	الشركاء التنفيذيون	الشركاء المساندون
أولاً: بناء قدرات إعلامية متخصصة في الإعلام السكاني.	1. تكوين كتلة أساسية من الصحافيين والإعلاميين المتخصصين في الإعلام السكاني تكون مهمتها قيادة التغيير. 2. الانتشار في بناء القدرات الإعلامية المتخصصة في الإعلام السكاني.	1- تدريب وبناء قدرات مجموعة من الصحافيين والإعلاميين. 2- الانتشار في التدريب وبناء القدرات في مجالات الإعلام المرئي والمسموع والرقمي. 3- إصدار أدلة متخصصة في القضايا السكانية للصحافيين والإعلاميين. 4- تطور الحوار بين صناع السياسات التنموية والسكانية والإعلاميين.	- وسائل الإعلام. - المجلس الأعلى للسكان. - معهد الإعلام الأردني. - المنظمات والبرامج الدولية.	- هيئة الإعلام - نقابة الصحافيين الأردنيين.

ثانياً:معلومات سكانية متوفرة ومحدثة ومتاحة للإعلاميين	1. معلومات سكانية دقيقة ومحدثة وسهولة الوصول اليها	1. تطوير قواعد بيانات سكانية محدثة وفاعلة 2. توفير مواد اعلامية محدثة حول المعلومات السكانية 3. تطوير بروتوكول تنسيقي بين المؤسسات العاملة في مجال توفير المعلومات الخاصة بالسكان والتنمية	- المجلس الأعلى للسكان. - دائرة الاحصاءات العامة - وزارة التخطيط	- معهد الإعلام الأردني. - المنظمات والبرامج الدولية

ثالثاً: تطوير دور الإعلام في نشر الوعي السكاني.	1. مضاعفة حجم المحتوى الإعلامي الذي يتناول القضايا السكانية حسب المجالات السكانية المستهدفة. 2. جعل مجموعة من القضايا السكانية تتحول إلى قضايا رأي عام.	المجالات الاستراتيجية لتطوير المحتوى 1. **الصحة الانجابية** - تعزيز مفهوم الأسرة الصغيرة السعيدة. - الزواج المبكر. - توسيع قاعدة المستفيدين من خدمات الصحة الإنجابية. - توصيل خدمات الصحة الإنجابية للمراهقين والشباب. - متابعة مؤشرات الصحة الإنجابية. 2. **تمكين الشباب:** - البطالة والتشغيل. - فرص التدريب المهني. - المشاركة العامة. - نوعية التعليم. - العنف والمخدرات.	- وسائل الإعلام - المجلس الأعلى للسكان - نقابة الصحافيين الأردنيين. - هيئة الإعلام. - المنظمات والهيئات والبرامج الدولية.	- رئاسة الوزراء "مكتب المنسق العام لحقوق الإنسان". - وزارة التخطيط. - وزارة الصحة. - نقابة الأطباء. - وزارة الشباب. - المجلس الوطني لشؤون للأسرة.

.		**3. تعزيز المساواة وتمكين المرأة والفتاة:** - التمكين الاقتصادي للمرأة. - فرص التدريب وبناء القدرات للمرأة. - انتقال عمل المرأة من القطاع غير المنظم إلى القطاع المنظم. - فرص جديدة لزيادة مشاركة المرأة في سوق العمل. - مشاركة المرأة في الحياة العامة. - معالجة العنف الموجه للمرأة. - تعزيز ثقافة العدالة وعدم التميز على أساس الجنس في المجتمع. - إيلاء سياسة النوع الاجتماعي مزيد من الاهتمام في السياسات العامة.		
		4. الهجرة الدولية واللاجئين: - أوضاع اللاجئين السوريون. - هجرة العمالة إلى الأردن. - سياسات الإحلال	- وسائل الإعلام. - وزارة التخطيط. - وزارة العمل. - المفوضية السامية للاجئين.	

رابعاً: تطوير دور الإعلام في خلق بيئة تشريعية وسياسية ومؤسساتية داعمة لقضايا السكان.	1- تعزيز الإرادة السياسية الوطنية حول أهمية القضايا السكانية. 2- زيادة فهم صناع السياسات للروابط الهامة بين السكان والتنمية. 3- تعزيز انخراط جميع أصحاب المصلحة على جميع المستويات من أجل تغيير السياسات والمواقف والسلوك لصالح الأولويات السكانية.	1- إيجاد منابر وفرص متنوعة للحوار بين الإعلاميين وصناع السياسات السكانية. 2- حضور القضايا السكانية في مواد الرأي والتحليلات الإعلامية. 3- جودة المعلومات السكانية. 4- الوظيفة الرقابية للإعلام في القضايا السكانية.	- وسائل الإعلام. - رئاسة الوزراء. - البرلمان. - مراكز الدراسات ومجموعات التفكير. - الوزارات المعنية ومؤسسات المجتمع المدني. - المجلس الاعلى للسكان.	- المجلس الوطني لشؤون للأسرة. - المجلس الاقتصادي الاجتماعي. - المنظمات الدولية.
خامساً: تفعيل دور وسائل الإعلام في تغيير سلوك الأفراد والمجتمع نحو قضايا السكان.	1- تطوير جاذبية الرسائل الإعلامية في القضايا السكانية. 2- مضمون إعلامي يقود إلى تغيير نمط الحياة. 3- مضمون إعلامي يقود إلى تغيير نوعية الحياة	1- التهيئة الإعلامية للرسائل الاتصالية وجهود كسب التأييد في القضايا السكانية. 2- الحضور في الدراما التلفزيونية والإذاعية. 3- الوصول إلى الإعلام المجتمعي في	- وسائل الإعلام عامة - وسائل الإعلام المرئي والمسموع. - الإذاعات المحلية في المحافظات. - المواقع الإخبارية الإلكترونية.	- رئاسة الوزراء "مكتب المنسق العام لحقوق الإنسان". - وزارة التخطيط. - وزارة الصحة. - نقابة الأطباء. - وزارة الشباب.

		المحافظات. 4- الانتشار في الإعلام المرئي والمسموع. 5- الوصول إلى الإعلام الرقمي والاجتماعي.	- الناشطون في الإعلام الاجتماعي. - هيئة الإعلام. - المجلس الأعلى للسكان.	- المجلس الوطني لشؤون للأسرة. - المنظمات والهيئات الدولية.

الشكل (1) الإطار العام للإستراتيجية الوطنية للإعلام السكاني للأعوام 2018-2022

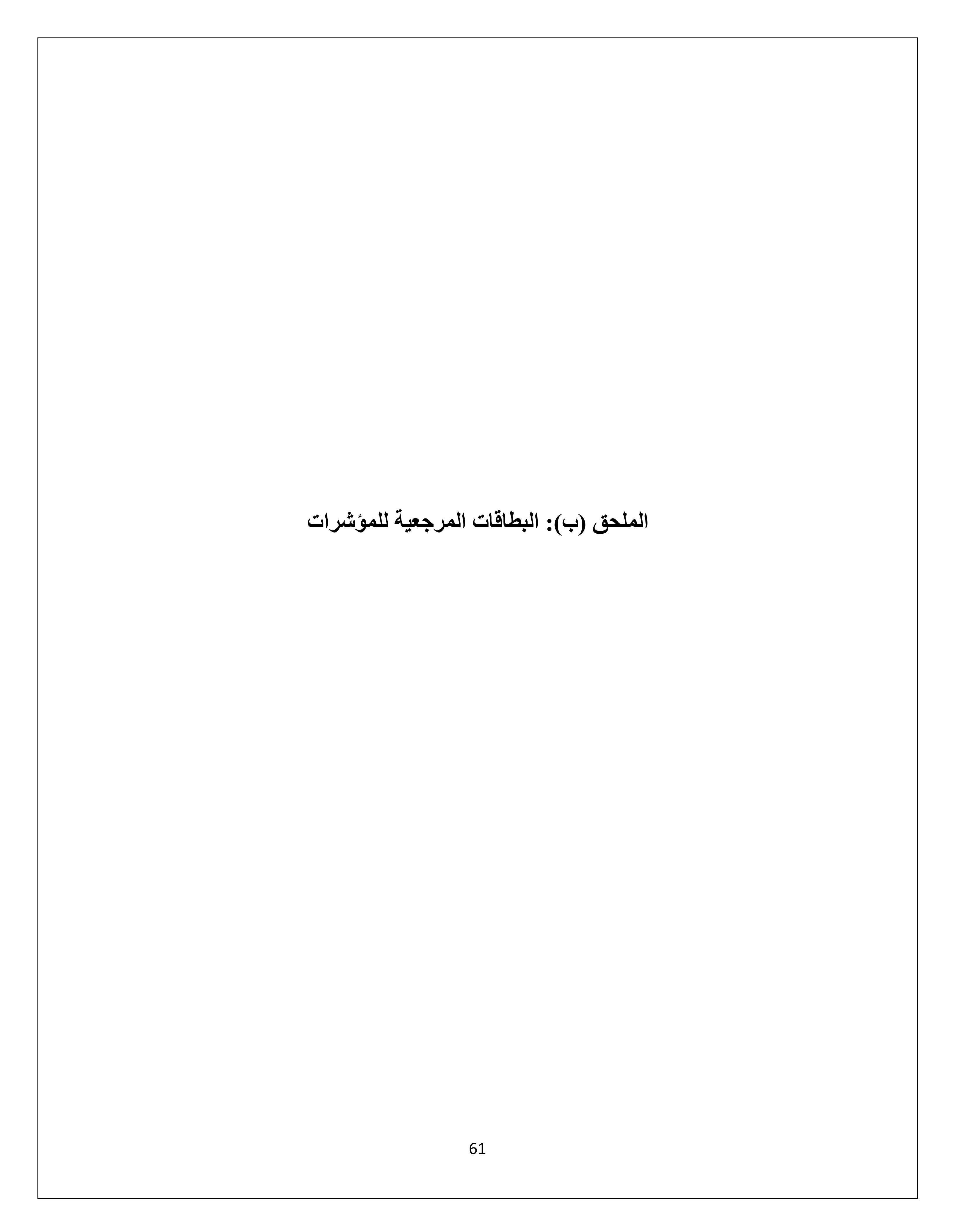
الأثر	بناء أجندة إعلامية داعمة للجهود الوطنية الهادفة لبلوغ الفرصة السكانية واستثمارها .				
النتائج	**1. قدرات إعلامية متخصصة في الإعلام السكاني.**	**2. معلومات سكانية متوفرة ومحدثة ومتاحة للإعلاميين**	**3. دور إعلامي فاعل في نشر الوعي السكاني**	**4. دور إعلامي فاعل في خلق بيئة تشريعية وسياسية ومؤسساتية داعمة لقضايا السكان.**	**5. دور إعلامي فاعل في تغيير سلوك الأفراد والمجتمع نحو قضايا السكان.**
المخرجات	1) كتلة أساسية من الصحافيين والإعلاميين المتخصصين في الإعلام السكاني تكون مهمتها قيادة التغيير.	1) تقارير سكانية متخصصة محدثة موجهة للإعلاميين و ملخصات السياسات السكانية	1) زيادة حجم المحتوى الإعلامي الذي يتناول القضايا السكانية حسب المجالات السكانية المستهدفة.	1) ارادة سياسية وطنية داعمة للقضايا السكانية.	1) رسائل إعلامية جاذبة و غير تقليدية في القضايا السكانية.
	2) التوسع في البرامج التدريبية في مجال الاعلام السكاني أفقياً (في وسائل الاعلام المختلفة) وعمودياً (التخصصية في الاعلام السكاني).		2) بروز القضايا السكانية كقضايا رأي عام.	2) فهم أعمق وأوسع لدى صناع السياسات للروابط الهامة بين السكان والتنمية.	2) مضمون إعلامي مؤثر في خلق التوجهات والسلوكيات الايجابية نحو القضايا السكانية وتنظيم الأسرة
					3) الانتشار في تناول القضايا السكانية في الاعلام المجتمعي
					4، 5، 6) الانتشار في تناول القضايا السكانية في الاعلام والمرئي والمسموع و الصحفي والرقمي
المداخلات	أ) تقييم الإحتياجات التدريبية السكانية للإعلاميين من خلال مجموعات عمل مركزة	أ) تقييم الإحتياجات للمعلومات السكانية للإعلاميين من خلال مجموعات عمل مركزة	أ) نشر وبث محتوى اعلامي متخصص بالفرصة السكانية ،الصحة الانجابية وتنظيم الأسرة، تمكين الشباب ، النوع الاجتماعي وتمكين المرأة وقضايا الهجرة الدولية واللاجئين	أ) إيجاد منابر وفرص متنوعة وواسعة للحوار بين الإعلاميين وصناع السياسات السكانية.	أ) التمهيد والدعم لجهود كسب التأييد في القضايا السكانية. من خلال تجزئة المفاهيم و تضمينها ضمن حملات الإعلامية موجهة
	ب) تصميم حقيبة تدريبية للاعلاميين حول القضايا السكانية تتضمن ادلة تدريبية	ب)تحديث قواعد البيانات السكانية القطاعية لدى المؤسسات و مصادر العلومات بشكل مستمر		ب) إدماج القضايا السكانية في مواد الرأي والتحليلات الإعلامية.	ب) ادماج القضايا السكانية والصحة الانجابية/ تنظيم الأسرة في الدراما التلفزيونية والإذاعية.

	ج) تطوير وتنفيذ خطط وبرامج تدريبية وبناء قدرات مجموعة من الصحافيين والإعلاميين في مجال الاعلام السكاني كقادة للتغيير (الكتلة الحرجة).	ج) وضع و تنفيذ خطة لإطلاع الإعلاميين بشكل دوري حول مستجدات القضايا السكانية و المؤشرات		ج) تفعيل الوظيفة الرقابية للإعلام في القضايا السكانية.	ج) تفعيل الإعلام المجتمعي في المحافظات في طرح القضايا السكانية.
					د) ادماج القضايا السكانية والصحة الانجابية / تنظيم الأسرة في الإعلام المرئي والمسموع.
	د) تطوير وتنفيذ خطط وبرامج تدريبية لبناء قدرات الاعلاميين في مجالات الإعلام المرئي والمسموع والصحفي حول القضايا السكانية				ه) ادماج القضايا السكانية والصحة الانجابية / تنظيم الأسرة في الإعلام االصحفي (الصحافة المطبوعة)
	ه) تطوير وتنفيذ خطط وبرامج تدريبية لبناء قدرات الاعلاميين في مجالات الإعلام الرقمي حول القضايا السكانية				و) تفعيل الإعلام االرقمي والإلكتروني في طرح القضايا السكانية و استخدام مواقع التواصل الإجتماعي في طرح القضايا السكانية .

الملحق (أ) : جدول المخرجات والمدخلات والمؤشرات

المؤشرات																	
الرقم	المؤشر	القيم المستهدفة					مصدر البيانات		الرقم	المؤشر	القيم المستهدفة					مصدر البيانات	
		2018	2019	2020	2021	2022	المصدر	الجهة			2018	2019	2020	2020	2022	المصدر	الجهة
مؤشرات المخرجات									مؤشرات المدخلات								
1	عدد الإعلاميين المشاركين في كتلة الدعم مع الأخذ بعين الإعتبار تخصصاتهم الوظيفية من مذيع – معد برامج – كاتب نص – صحفي الخ	10	10 أعضاء جدد سنويا	10 أعضاء جدد سنويا	10 أعضاء جدد سنويا	10 أعضاء جدد سنويا	كشوفات أسماء المتدربين	المجلس الأعلى للسكان ، معهد الاعلام الأردني	أ	تقرير بالإحتياجات التدريبية السكانية للإعلاميين	1	0	0	0	0	المجلس الأعلى للسكان	المجلس الأعلى للسكان، معهد الاعلام الأردني، نقابة الصحفيين
									ب	الحقيبة التدريبية المحدثة في الاعلام السكاني	(1) تحديث لمرة واحدة	0	0	0	0	المجلس الأعلى للسكان	المجلس الأعلى للسكان، معهد الاعلام الأردني، نقابة الصحفيين
									ج	عدد البرامج والدورات التدريبية للإعلاميين المشاركين في الكتلة الحرجة	1	(1) دورة واحدة للاعضاء الجدد و(4) لقاءات دورية/ لقاء كل 4 أشهر مع الكتلة الحرجة المؤسسة سابقًا	(1) دورة واحدة للاعضاء الجدد و(4) لقاءات دورية/ لقاء كل 4 أشهر مع الكتلة الحرجة المؤسسة سابقًا	(1) دورة واحدة للاعضاء الجدد و(4) لقاءات دورية/ لقاء كل 4 أشهر مع الكتلة الحرجة المؤسسة سابقًا	(1) دورة واحدة للاعضاء الجدد و(4) لقاءات دورية/ لقاء كل 4 أشهر مع الكتلة الحرجة المؤسسة سابقًا	تقارير الدورات وكشوفات اسماء اللإعلاميين الذين خضعوا للتدريب	المجلس الأعلى للسكان، معهد الاعلام الأردني، نقابة الصحفيين
2	عدد الإعلاميين الذين حصلوا على تدريب في مجال القضايا السكانية	0	20 متدرب جديد سنويا	20 متدرب جديد سنويا	20 متدرب جديد سنويا	20 متدرب جديد سنويا	كشوفات أسماء المتدربين	المجلس الأعلى للسكان ومعهد الاعلام الاردني دوائر ومراكز التدريب في المؤسسات الإعلامية	د	عدد البرامج والدورات التدريبية للإعلاميين في مجالات الاعلام المرئي والمسموع حول القضايا السكانية	0	2	2	2	2	تقارير الدورات وكشوفات اسماء اللإعلاميين الذين خضعوا للتدريب	المجلس الأعلى للسكان ومعهد الاعلام الاردني دوائر ومراكز التدريب في المؤسسات الإعلامية
									ه	عدد البرامج والدورات التدريبية للإعلاميين في مجالات الاعلام الرقمي حول القضايا السكانية	0	2	2	2	2	تقارير الدورات وكشوفات اسماء اللإعلاميين الذين خضعوا للتدريب	المجلس الأعلى للسكان ومعهد الاعلام الاردني دوائر ومراكز التدريب في المؤسسات الإعلامية
مؤشرات المخرجات									مؤشرات المدخلات								
1	عدد التقارير السكانية و ملخصات السياسات التي تم إصدارها لتزويد الإعلاميين بالمعلومات السكانية المحدثة	1	1	1	1	1	المجلس الأعلى للسكان ودائرة الاحصاءات العامة	المجلس الأعلى للسكان	أ	تقرير بالإحتياجات السكانية للأعلاميين بما يتعلق بالمعلومات السكانية	1	0	0	0	0	المجلس الأعلى للسكان	المجلس الأعلى للسكان، معهد الاعلام الأردني، نقابة الصحفيين
									ب	عدد قواعد البيانات القطاعية السكانية التي تم تجهيزها لتزويد الإعلاميين بالمعلومات	(2) / قاعدة المؤشرات السكانية + قاعدة الابحاث السكانية	تحديث	تحديث	تحديث	تحديث	المجلس الأعلى للسكان - دائرة الإحصاءات العامة مؤسسة الضمان الإجتماعي –وزارة الصحة –وزارة التربية والتعليم –وزارة العمل –وزارة التخطيط اللجنة الوطنية للمراة- وزارة العمل-وزارة الشباب	المجلس الأعلى للسكان
									ج	عدد اللقاءات مع الإعلاميين لإطلاعهم حول مستجدات القضايا السكانية و المؤشرات	لقاء واحد (1)	لقائين (2)	لقائين (2)	لقائين (2)	لقائين (2)	تقاريراللقاءات وكشوفات اسماء اللإعلاميين الذين حضروا اللقاء	المجلس الأعلى للسكان
مؤشرات المخرجات									مؤشرات المدخلات								
1	نسبة الزيادة في حجم المحتوى إلاعلامي الذي يتناول قضايا السكان والتنمية في وسائل الإعلام المختلفةمن حيث: 1. المساحة المخصصة للمحتوي 2. الزمن المخصص للمحتوى 3. نوعية القضايا التي تناولها المحتوى	baseline دراسة محتوي اعلامي	5% زيادة سنوية	5% زيادة سنوية	5% زيادة سنوية	5% زيادة سنوية	دراسة تحليل المحتوى مرة سنوياً	المجلس الأعلى للسكان، معهد الاعلام الاردني، مراكز الدراسات	أ	عدد البرامج الاعلامية المتخصص بالفرصة السكانية ،الصحة الانجابية وتنظيم الأسرة، تمكين الشباب ، النوع الاجتماعي وتمكين المرأة وقضايا الهجرة الدولية واللاجئين	0	مجموع مؤشرات النتيجة (5)	مجموع مؤشرات النتيجة (5)	مجموع مؤشرات النتيجة (5)	مجموع مؤشرات النتيجة (5)	تقارير ايبسوس – المؤسسات الإعلامية – الإعلاميين انفسهم - دراسة تحليل المحتوى الاعلامي	المجلس الأعلى للسكان – معهد الاعلام الأردني- المؤسسات الإعلامية ، مراكز دراسات
2	النسبة المئوية في التحسن في الاتجاهات لدى الجمهور المستهدف نحو قضايا السكان والتنمية من خلال دراسة سنوية على عينة ممثلة لجميع فئات الجمهور المستهدف لمعرفة اتجاهاتهم نحو قضايا السكان والتنمية	baseline دراسة اتجاهات الجمهور	5% تحسن سنويا في توجهات الجمهور	5% تحسن سنويا في توجهات الجمهور	5% تحسن سنويا في توجهات الجمهور	5% تحسن سنويا في توجهات الجمهور	إجراء دراسة مسحية للجمهور المستهدف تقيس درجة الراي حول قضايا السكان والتنمية	المجلس الأعلى للسكان، معهد الاعلام الاردني، مراكز الدراسات									

المؤشرات																	
الرقم	المؤشر	القيم المستهدفة					مصدر البيانات		الرقم	المؤشر	القيم المستهدفة					مصدر البيانات	
		2018	2019	2020	2021	2022	المصدر	الجهة			2018	2019	2020	2020	2022	المصدر	الجهة
النتيجة (4)																	
مؤشرات المخرجات									مؤشرات المدخلات								
1	عدد التشريعات والقوانين المساندة لقضايا السكان والتنمية والتي كان للإعلام السكاني مساهمة في استحداثها	2-3 سياسات خلال مدة تنفيذ الاستراتيجية					مراجعه دورية سنوية لوثائق السياسات العامة	المجلس الأعلى للسكان	أ	عدد المقابلات والتغطيات الإعلامية التي استضافت صناع السياسات السكانية ومواد الرأي	مرة كل شهر وفي المناسبات الرسمية المرتبطة بموضوع السكان والتنمية مثل يوم المرأة العالمي يوم السكان العالمي	فقرة تلفزيونية و 4 فقرات إذاعية و فقرة على مواقع التواصل الإجتماعية و مقالة في الصحف اليومية كل شهر وفي المناسبات الرسمية المرتبطة بموضوع السكان والتنمية مثل يوم المرأة العالمي يوم السكان العالمي	مرة اسبوعياً	مرة اسبوعياً	مرة اسبوعياً	ايبسوس – المؤسسات الإعلامية – الإعلاميين انفسهم ودراسة تحليل المحتوى	المجلس الأعلى للسكان – معهد إعلام الأردني- المؤسسات الإعلامية
2	النسبة المئوية في التحسن في الاتجاهات لدى صناع القرار نحو قضايا السكان والتنمية من خلال دراسة سنوية على عينة ممثلة للسلطة التشريعية والتفيذية لمعرفة اتجاهاتهم نحو قضايا السكان والتنمية	baseline	35% تحسن في التوجهات لدى صناع القرار نحو القضايا السكانية	50% تحسن في التوجهات لدى صناع القرار نحو القضايا السكانية	60% تحسن في التوجهات لدى صناع القرار نحو القضايا السكانية	70% تحسن في التوجهات لدى صناع القرار نحو القضايا السكانية	دراسة اتجاهات صناع القرار	المجلس الأعلى للسكان، معهد الاعلام الاردني، مراكز الدراسات	ب	عدد مواد الرأي والتحليلات الإعلامية التي تناولت البعد السكاني بإهتمام واسندت اليه الأسباب والنتائج	مرة كل شهر وفي المناسبات الرسمية المرتبطة بموضوع السكان والتنمية مثل يوم المرأة العالمي يوم السكان العالمي	مرتين بالشهرو في المناسبات الرسمية المرتبطة بموضوع السكان والتنمية مثل يوم المرأة العالمي يوم السكان العالمي	مرة اسبوعيا	فقرة او مقال او زاوية يوميه	فقرة او مقال او زاوية يوميه	ايبسوس – المؤسسات الإعلامية – الإعلاميين انفسهم ودراسة تحليل المحتوى	المجلس الأعلى للسكان – معهد إعلام الأردني- المؤسسات الإعلامية
									ج	عدد المقابلات والتغطيات الإعلامية التي مارست دور رقابي و تناولت البعد السكاني بإهتمام	مرة كل شهر وفي المناسبات الرسمية المرتبطة بموضوع السكان والتنمية مثل يوم المرأة العالمي يوم السكان العالمي	مرتين بالشهرو في المناسبات الرسمية المرتبطة بموضوع السكان والتنمية مثل يوم المرأة العالمي يوم السكان العالمي	مرة اسبوعيا	فقرة او مقال او زاوية يوميه	فقرة او مقال او زاوية يوميه	ايبسوس – المؤسسات الإعلامية – الإعلاميين انفسهم ودراسة تحليل المحتوى	المجلس الأعلى للسكان – المؤسسات الإعلامية
مؤشرات المخرجات									مؤشرات المدخلات								
1	1. عدد المشاهدات للمحتوى الإعلامي المتعلق بقضايا السكان حسب نوع الوسيلة الإعلامية 2. عدد التفاعلات للمحتوى الإعلامي المتعلق بقضايا السكان حسب نوع الوسيلة الإعلامية	baseline	5% زيادة سنويا	10% زيادة سنويا	15% زيادة سنويا	20% زيادة سنويا	نتائج دراسة تحليل المحتوى	المجلس الأعلى للسكان – معهد الإهلام الأردني - المؤسسات الإعلامية	أ	عدد المواد الاعلامية و الصحفية والإلكترونية التي تناول قضايا السكان والتنمية والمصاحبة لجهود وحملات كسب التأييد	0	مادة اعلامية متنوعة يومية داعمة لاهداف حملة كسب التأييد تنفذ طوال فترة حملة كسب التاييد	مادة اعلامية متنوعة يومية داعمة لاهداف حملة كسب التأييد تنفذ طوال فترة حملة كسب التاييد	مادة اعلامية متنوعة يومية داعمة لاهداف حملة كسب التأييد تنفذ طوال فترة حملة كسب التاييد	مادة اعلامية متنوعة يومية داعمة لاهداف حملة كسب التأييد تنفذ طوال فترة حملة كسب التاييد	تقارير ايبسوس – المؤسسات الإعلامية – الإعلاميين انفسهم - دراسة تحليل المحتوى الاعلامي	المجلس الأعلى للسكان – معهد الاعلام الأردني- المؤسسات الإعلامية ، مراكز دراسات
2	نسبة التحسن في التوجهات والسلوكيات الايجابية لدى الجمهور المستهدف نحو القضايا السكانية وتنظيم الأسرة.	baseline	5% تحسن سنويا في توجهات الجمهور	5% تحسن سنويا في توجهات الجمهور	5% تحسن سنويا في توجهات الجمهور	5% تحسن سنويا في توجهات الجمهور	نتائج الدراسة المسحية لتوجهات الجمهور المستهدف نحو قضايا السكان وتنظيم الأسرة	المجلس الأعلى للسكان ، معهد الإعلام الأردني ، مراكزدراسات	ب	1. عدد المسلسلات اوالسكتشات الدرامية الذي تتناول قضايا السكان والتنمية في الدورة البرامجية اواسبوعيا او يوميا 2. عدد الرسائل داخل المحتوى	0	دراما واحدة اذاعية ودراما واحدة تلفزيونية سنويا	دراما واحدة اذاعية ودراما واحدة تلفزيونية سنويا	دراما واحدة اذاعية ودراما واحدة تلفزيونية سنويا	دراما واحدة اذاعية ودراما واحدة تلفزيونية سنويا	تقارير ايبسوس – المؤسسات الإعلامية – الإعلاميين انفسهم - دراسة تحليل المحتوى الاعلامي	المجلس الأعلى للسكان – معهد الاعلام الأردني- المؤسسات الإعلامية ، مراكز دراسات
(ج ، 3)	عدد البرامج و التنويهات وفترة البث للمحتوى الإعلامي الذي يتناول قضايا السكان والتنمية من خلال وسائل الاعلام المجتمعي (الاذاعات المجتمعية)	0	تنويهات يومية وفقرة اسبوعيا ضمن برنامج يومي وبرنامج اسبوعي متخصص في اكثر من اذاعة مجتمعية متخصص بقضايا السكان والتنمية	تنويهات يومية وفقرة اسبوعيا ضمن برنامج يومي وبرنامج اسبوعي متخصص في اكثر من اذاعة مجتمعية متخصص بقضايا السكان والتنمية	تنويهات يومية وفقرة اسبوعيا ضمن برنامج يومي وبرنامج اسبوعي متخصص في اكثر من اذاعة مجتمعية متخصص بقضايا السكان والتنمية	تنويهات يومية وفقرة اسبوعيا ضمن برنامج يومي وبرنامج اسبوعي متخصص في اكثر من اذاعة مجتمعية متخصص بقضايا السكان والتنمية	تقارير ايبسوس – المؤسسات الإعلامية – الإعلاميين انفسهم -دراسة تحليل المحتوى الاعلامي	المجلس الأعلى للسكان – معهد الاعلام الأردني- المؤسسات الإعلامية ، مراكزدراسات									
(د ، 4)	عدد البرامج و التنويهات وفترة البث للمحتوى الإعلامي الذي يتناول قضايا السكان والتنمية من خلال وسائل الاعلام المرئي والمسموع	0	تنويهات يومية ، برنامج اسبوعي متخصص في قضايا السكان والتنمية وحلقات من برامج حوارية	تنويهات يومية ، برنامج اسبوعي متخصص في قضايا السكان والتنمية وحلقات من برامج حوارية	تنويهات يومية ، برنامج اسبوعي متخصص في قضايا السكان والتنمية وحلقات من برامج حوارية	تنويهات يومية ، برنامج اسبوعي متخصص في قضايا السكان والتنمية وحلقات من برامج حوارية	تقارير ايبسوس – المؤسسات الإعلامية – الإعلاميين انفسهم -دراسة تحليل المحتوى الاعلامي	المجلس الأعلى للسكان – معهد الاعلام الأردني- المؤسسات الإعلامية ، مراكزدراسات									
(ه ، 5)	عدد المواد الاعلامية الصحفية المطبوعة التي تناول قضايا السكان والتنمية	0	تحقيق صحفي كل ثلاثة شهور ومقال اسبوعي	تحقيق صحفي شهري ومقال اسبوعي	تحقيق صحفي شهري ومقال اسبوعي	تحقيق صحفي شهري ومقال اسبوعي	تقارير ايبسوس – المؤسسات الإعلامية – الإعلاميين انفسهم -دراسة تحليل المحتوى الاعلامي	المجلس الأعلى للسكان – معهد الاعلام الأردني- المؤسسات الإعلامية ، مراكز دراسات									
(و ، 6)	حجم المحتوى الإعلامي الرقمي الذي يتناول قضايا السكان والتنمية	0	1- تنويهات ومقالات واخباراسبوعية تنشر على صفحات المواقع الإلكترونية 2- تبني نشطاء التواصل الإجتماعي قضايا السكان والتنمية	1- تنويهات ومقالات واخبار يومية تنشر على صفحات المواقع الإلكترونية 2- تبني نشطاء التواصل الإجتماعي قضايا السكان والتنمية	1- تنويهات ومقالات واخبار يومية تنشر على صفحات المواقع الإلكترونية 2- تبني نشطاء التواصل الإجتماعي قضايا السكان والتنمية	1- تنويهات ومقالات واخبار يومية تنشر على صفحات المواقع الإلكترونية 2- تبني نشطاء التواصل الإجتماعي قضايا السكان والتنمية	تقارير ايبسوس – المؤسسات الإعلامية – الإعلاميين انفسهم -دراسة تحليل المحتوى الاعلامي	المجلس الأعلى للسكان – معهد الاعلام الأردني- المؤسسات الإعلامية ، مراكزدراسات									



الملحق (ب): البطاقات المرجعية للمؤشرات

<table>
<tr><th colspan="7">البطاقة المرجعية للمؤشر</th></tr>
<tr><td>مرجعية المؤشر ورقمه</td><td>اسم المؤشر</td><td colspan="5">1.1 عدد الإعلاميين المشاركين في كتلة الدعم (الكتلة الحرجة)</td></tr>
<tr><td rowspan="2">مؤشر النتيجة (1)

قدرات إعلامية متخصصة في الإعلام السكاني.</td><td>التعريف</td><td colspan="5">عدد الإعلاميين والصحفيين العاملين في الإعلام المرئي والمسموع والصحافة الورقية والإلكترونية ونشطاء مواقع التواصل الاجتماعي الذين حصلوا على تدريب و سيشكلون الكتلة الحرجة مهمتهم تقديم الدعم والمساندة لقضايا السكان والتنمية</td></tr>
<tr><td>وحدة القياس</td><td colspan="5">عدد الإعلاميين المشاركين في كتلة الدعم مع الأخذ بعين الإعتبار تخصصاتهم الوظيفية من مذيع – معد برامج – كاتب نص – صحفي الخ</td></tr>
<tr><td rowspan="8">المخرجات:
1) كتلة أساسية من الصحافيين والإعلاميين المتخصصين في الإعلام السكاني تكون مهمتها قيادة التغيير (كتلة حرجة)</td><td>نوع المؤشر</td><td colspan="5">كمي</td></tr>
<tr><td>مصدر البيانات</td><td colspan="5">المجلس الأعلى للسكان ومعهد الإعلام الأردني من خلال كشوفات أسماء المتدربين</td></tr>
<tr><td>الجهة/ الجهات المسؤولة</td><td colspan="5">المجلس الأعلى للسكان ، معهد الاعلام الاردني</td></tr>
<tr><td>دورية القياس</td><td colspan="5">سنوياً</td></tr>
<tr><td>القيمة الحالية (2017)</td><td colspan="5">4 أعضاء ضمن اللجنة الاعلامية التابعة للمجلس الأعلى للسكان</td></tr>
<tr><td rowspan="2">القيمة المستهدفة</td><td>2018</td><td>2019</td><td>2020</td><td>2021</td><td>2022</td></tr>
<tr><td>10</td><td>10 اعضاء جدد سنويا</td><td>10 اعضاء جدد سنويا</td><td>10 اعضاء جدد سنويا</td><td>10 اعضاء جدد سنويا</td></tr>
</table>

<table dir="rtl">
<tr><th colspan="7">البطاقة المرجعية للمؤشر</th></tr>
<tr><td>مرجعية المؤشر ورقمه</td><td>اسم المؤشر</td><td colspan="5">1.2 عدد الإعلاميين الذين حصلوا على تدريب في مجال القضايا السكانية</td></tr>
<tr><td>مؤشر النتيجة (1)</td><td>التعريف</td><td colspan="5">عدد الإعلاميين والصحفيين العاملين في الإعلام المرئي والمسموع والصحافة الورقية والإلكترونية ونشطاء مواقع التواصل الاجتماعي الذين حصلوا على تدريب في مجال القضايا السكانية</td></tr>
<tr><td>قدرات إعلامية متخصصة في الإعلام السكاني.</td><td>وحدة القياس</td><td colspan="5">عدد الإعلاميين</td></tr>
<tr><td rowspan="7">المخرجات:

2) التوسع في البرامج التدريبية في مجال الاعلام السكاني أفقياً (في وسائل الاعلام المختلفة) وعمودياً (التخصصية في الاعلام السكاني).</td><td>نوع المؤشر</td><td colspan="5">كمي</td></tr>
<tr><td>مصدر البيانات</td><td colspan="5">المجلس الأعلى للسكان ومعهد الإعلام الأردني من خلال عدد الدورات و كشوفات أسماء المتدربين</td></tr>
<tr><td>الجهة/ الجهات المسؤولة</td><td colspan="5">المجلس الأعلى للسكان ، معهد الاعلام الاردني والمؤسسات التدريبية الاعلامية</td></tr>
<tr><td>دورية القياس</td><td colspan="5">سنوياً</td></tr>
<tr><td>القيمة الحالية (2017)</td><td colspan="5">48 اعلاميا تم تدريبهم من قبل المجلس الاعلى للسكان سابقا</td></tr>
<tr><td rowspan="2">القيمة المستهدفة</td><td>2018</td><td>2019</td><td>2020</td><td>2021</td><td>2022</td></tr>
<tr><td>0</td><td>20 متدرب جديد سنويا</td><td>20 متدرب جديد سنويا</td><td>20 متدرب جديد سنويا</td><td>20متدرب جديد سنويا</td></tr>
</table>

<table dir="rtl">
<tr><th colspan="7">البطاقة المرجعية للمؤشر</th></tr>
<tr><td>مرجعية المؤشر ورقمه</td><td>اسم المؤشر</td><td colspan="5">1.أ تقرير بالإحتياجات التدريبية السكانية للأعلاميين</td></tr>
<tr><td rowspan="3">مؤشر النتيجة (1)
قدرات إعلامية متخصصة في الإعلام السكاني.</td><td>التعريف</td><td colspan="5">تقرير بإحتياجات التدريبية السكانية للإعلاميين و التي تحدد من خلال عقد مجموعات عمل مركزة مع عينة من الإعلاميين والصحفيين العاملين في الإعلام المرئي والمسموع والصحافة الورقية والإلكترونية ونشطاء مواقع التواصل الاجتماعي</td></tr>
<tr><td>وحدة القياس</td><td colspan="5">عدد تقارير الإحيتاجات التدريبية السكانية للإعلاميين</td></tr>
<tr><td>نوع المؤشر</td><td colspan="5">كمي</td></tr>
<tr><td rowspan="6">المدخلات:
أ) تصميم حقيبة تدريبية تتضمن ادلة تدريبية.</td><td>مصدر البيانات</td><td colspan="5">المجلس الأعلى للسكان من خلال مجموعات العمل المركزة</td></tr>
<tr><td>الجهة/ الجهات المسؤولة</td><td colspan="5">المجلس الأعلى للسكان ومعهد الاعلام الاردني و نقابة الصحفيين</td></tr>
<tr><td>دورية القياس</td><td colspan="5">مرة واحدة خلال عام 2018</td></tr>
<tr><td>القيمة الحالية (2017)</td><td colspan="5">لا يوجد</td></tr>
<tr><td rowspan="2">القيمة المستهدفة</td><td>2018</td><td>2019</td><td>2020</td><td>2021</td><td>2022</td></tr>
<tr><td>1</td><td>0</td><td>0</td><td>0</td><td>0</td></tr>
</table>

<table>
<tr><th colspan="7">البطاقة المرجعية للمؤشر</th></tr>
<tr><td>مرجعية المؤشر ورقمه</td><td>اسم المؤشر</td><td colspan="5">1.ب الحقيبة التدريبية في الإعلام السكاني</td></tr>
<tr><td rowspan="3">مؤشر النتيجة (1)
قدرات إعلامية متخصصة في الإعلام السكاني.</td><td>التعريف</td><td colspan="5">الحقيبة التدريبية التي تحتوي على الدليل التدريبي المختص بالقضايا السكانية والذي يتضمن معلومات عن اهم المؤشرات السكانية و المتغيرات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية المؤثرة بالفرصة السكانية وامثلة على كيفية تناولها اعلاميا بطريقة ابداعية</td></tr>
<tr><td>وحدة القياس</td><td colspan="5">عدد الحقائب التدريبية التي تم اعدادها</td></tr>
<tr><td>نوع المؤشر</td><td colspan="5">كمي</td></tr>
<tr><td rowspan="6">المدخلات:
ب) تصميم حقيبة تدريبية تتضمن ادلة تدريبية.</td><td>مصدر البيانات</td><td colspan="5">الحقائب التدريبية التي تم انتاجها</td></tr>
<tr><td>الجهة/ الجهات المسؤولة</td><td colspan="5">المجلس الأعلى للسكان ومعهد الاعلام الاردني</td></tr>
<tr><td>دورية القياس</td><td colspan="5">سنوياً</td></tr>
<tr><td>القيمة الحالية (2017)</td><td colspan="5">الحقيبة التدريبية الاعلامية لدى المجلس الأعلى للسكان</td></tr>
<tr><td rowspan="2">القيمة المستهدفة</td><td>2018</td><td>2019</td><td>2020</td><td>2021</td><td>2022</td></tr>
<tr><td>1 (تحديث الحقيبة الحالية لدى المجلس الاعلى للسكان وتطويرها)</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
</table>

البطاقة المرجعية للمؤشر						
مرجعية المؤشر ورقمه	اسم المؤشر	**1.ج عدد البرامج والدورات التدريبية للإعلاميين المشاركين في الكتلة الحرجة**				
مؤشر النتيجة (1) قدرات إعلامية متخصصة في الإعلام السكاني.	**التعريف**	الدورات والبرامج التدريبية الموجهة لاعضاء الكتلة الحرجة من الاعلاميين و المختصه بالقضايا السكانية والتي تتضمن معلومات عن اهم المؤشرات السكانية و المتغيرات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية المؤثرة بالفرصة السكانية وامثلة على كيفية تناولها اعلاميا				
	وحدة القياس	عدد البرامج والدورات التدريبية للإعلاميين المشاركين في الكتلة الحرجة				
	نوع المؤشر	كمي				
المدخلات ج) تطوير وتنفيذ خطط وبرامج تدريبية وبناء قدرات مجموعة من الصحافيين والإعلاميين في مجال الاعلام السكاني كقادة للتغيير.	**مصدر البيانات**	المجلس الأعلى للسكان ومعهد الاعلام الاردني				
	الجهة/ الجهات المسؤولة	المجلس الأعلى للسكان ومعهد الاعلام الاردني				
	دورية القياس	سنوياً				
	القيمة الحالية (2017)	غير معروفه				
	القيمة المستهدفة	2018	2019	2020	2021	2022
		1	(1) دورة واحدة للاعضاء الجدد و(4) لقاءات دورية/ لقاء كل 4 أشهر مع الكتلة الحرجة المؤسسة سابقًا	(1) دورة واحدة للاعضاء الجدد و(4) لقاءات دورية/ لقاء كل 4 أشهر مع الكتلة الحرجة المؤسسة سابقًا	(1) دورة واحدة للاعضاء الجدد و(4) لقاءات دورية/ لقاء كل 4 أشهر مع الكتلة الحرجة المؤسسة سابقًا	(1) دورة واحدة للاعضاء الجدد و(4) لقاءات دورية/ لقاء كل 4 أشهر مع الكتلة الحرجة المؤسسة سابقًا

<table>
<tr><th colspan="7">البطاقة المرجعية للمؤشر</th></tr>
<tr><td>مرجعية المؤشر ورقمه</td><td>اسم المؤشر</td><td colspan="5">1.د. عدد الدورات و البرامج التدريبية المتخصصة في بناء قدرات الإعلاميين في مجال المرئي والمسموع والصحفي حول القضايا السكانية</td></tr>
<tr><td rowspan="3">مؤشر النتيجة (1)
قدرات إعلامية متخصصة في الإعلام السكاني.</td><td>التعريف</td><td colspan="5">الدورات والبرامج التدريبية في مجالات الاعلام المرئي والمسموع والصحفي حول القضايا السكانية والتي تتضمن معلومات عن اهم المؤشرات السكانية و المتغيرات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية المؤثرة بالفرصة السكانية وامثلة على كيفية تناولها اعلاميا</td></tr>
<tr><td>وحدة القياس</td><td colspan="5">عدد البرامج والدورات التدريبية للإعلاميين في مجال الاعلام المرئي والمسموع والصحفي حول القضايا السكانية</td></tr>
<tr><td>نوع المؤشر</td><td colspan="5">كمي</td></tr>
<tr><td rowspan="6">المدخلات
د) تطوير وتنفيذ خطط وبرامج تدريبية لبناء قدرات الإعلاميين في مجالات الاعلام المرئي والمسموع حول القضايا السكانية.</td><td>مصدر البيانات</td><td colspan="5">تقارير الدورات وكشوفات اسماء اللإعلاميين الذين خضعوا للتدريب</td></tr>
<tr><td>الجهة/ الجهات المسؤولة</td><td colspan="5">المجلس الأعلى للسكان ومعهد الاعلام الاردني
دوائر ومراكز التدريب في المؤسسات الإعلامية</td></tr>
<tr><td>دورية القياس</td><td colspan="5">كل سنه</td></tr>
<tr><td>القيمة الحالية (2017)</td><td colspan="5">(3) ثلاث دورات تدريبية من خلال المجلس الاعلى للسكان (2)/عام 2014 و (1)/عام 2015</td></tr>
<tr><td rowspan="2">القيمة المستهدفة</td><td>2018</td><td>2019</td><td>2020</td><td>2021</td><td>2022</td></tr>
<tr><td>0</td><td>2</td><td>2</td><td>2</td><td>2</td></tr>
</table>

<table>
<tr><th colspan="7">البطاقة المرجعية للمؤشر</th></tr>
<tr><td>مرجعية المؤشر ورقمه</td><td>اسم المؤشر</td><td colspan="5">1.ه. عدد الدورات و البرامج التدريبية المتخصصة في بناء قدرات الإعلاميين في مجال الاعلام الرقمي حول القضايا السكانية</td></tr>
<tr><td rowspan="3">مؤشر النتيجة (1)

قدرات إعلامية متخصصة في الإعلام السكاني.</td><td>التعريف</td><td colspan="5">الدورات والبرامج التدريبية في مجالات الاعلام الرقمي حول القضايا السكانية والتي تتضمن معلومات عن اهم المؤشرات السكانية و المتغيرات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية المؤثرة بالفرصة السكانية وامثلة على كيفية تناولها اعلاميا</td></tr>
<tr><td>وحدة القياس</td><td colspan="5">عدد البرامج والدورات التدريبية للإعلاميين في مجال الاعلام الرقمي حول القضايا السكانية</td></tr>
<tr><td>نوع المؤشر</td><td colspan="5">كمي</td></tr>
<tr><td>المدخلات</td><td>مصدر البيانات</td><td colspan="5">تقارير الدورات وكشوفات اسماء اللإعلاميين الذين خضعوا للتدريب</td></tr>
<tr><td rowspan="5">ه) تطوير وتنفيذ خطط وبرامج تدريبية لبناء قدرات الإعلاميين في مجال الاعلام الرقمي حول القضايا السكانية</td><td>الجهة/ الجهات المسؤولة</td><td colspan="5">المجلس الأعلى للسكان ومعهد الاعلام الاردني
دوائر ومراكز التدريب في المؤسسات الإعلامية</td></tr>
<tr><td>دورية القياس</td><td colspan="5">سنويا</td></tr>
<tr><td>القيمة الحالية (2017)</td><td colspan="5">عدد الاعلاميين من مجالات الاعلام الرقمي الذين تم تدريبهم من قبل المجلس الاعلى للسكان سابقا</td></tr>
<tr><td rowspan="2">القيمة المستهدفة</td><td>2018</td><td>2019</td><td>2020</td><td>2021</td><td>2022</td></tr>
<tr><td>0</td><td>2</td><td>2</td><td>2</td><td>2</td></tr>
</table>

<table dir="rtl">
<tr><th colspan="7">البطاقة المرجعية للمؤشر</th></tr>
<tr><td>مرجعية المؤشر ورقمه</td><td>اسم المؤشر</td><td colspan="5">2.1 عدد التقارير المحدثة و ملخصات السياسات التي تصدر لتزويد الاعلاميين بالمعلومات والبيانات حول السكان والتنمية</td></tr>
<tr><td rowspan="3">مؤشر النتيجة (2)

معلومات سكانية متوفرة ومحدثة وتمكين الإعلاميين من الوصول إليها.</td><td>التعريف</td><td colspan="5">اصدار تقارير و ملخصات للسياسات تهدف الى تزويد الصحفيين والإعلاميين بالمعلومات اللازمة حول السكان والتنمية</td></tr>
<tr><td>وحدة القياس</td><td colspan="5">عدد التقارير و/أو ملخصات السياسات النصف سنوية</td></tr>
<tr><td>نوع المؤشر</td><td colspan="5">كمي</td></tr>
<tr><td rowspan="6">المخرجات

1) تقارير سكانية متخصصة ربعية محدثة و موجهة للإعلاميين</td><td>مصدر البيانات</td><td colspan="5">المجلس الأعلى للسكان ودائرة الاحصاءات العامة</td></tr>
<tr><td>الجهة/ الجهات المسؤولة</td><td colspan="5">المجلس الأعلى للسكان</td></tr>
<tr><td>دورية القياس</td><td colspan="5">سنويا</td></tr>
<tr><td>القيمة الحالية (2017)</td><td colspan="5">غير معروفه</td></tr>
<tr><td rowspan="2">القيمة المستهدفة</td><td>2018</td><td>2019</td><td>2020</td><td>2021</td><td>2022</td></tr>
<tr><td>2</td><td>2</td><td>2</td><td>2</td><td>2</td></tr>
</table>

<table>
<tr><th colspan="7">البطاقة المرجعية للمؤشر</th></tr>
<tr><td>مرجعية المؤشر ورقمه</td><td>اسم المؤشر</td><td colspan="5">2.أ. تقرير بالإحتياجات السكانية للإعلاميين بما يتعلق بالمعلومات السكانية</td></tr>
<tr><td rowspan="3">مؤشر النتيجة (2)

معلومات سكانية متوفرة ومحدثة وتمكين الإعلاميين من الوصول إليها.</td><td>التعريف</td><td colspan="5">تقرير بإحتياجات المعلومات السكانية للإعلاميين و التي تحدد من خلال عقد مجموعات عمل مركزة مع عينة من الإعلاميين والصحفيين العاملين في الإعلام المرئي والمسموع والصحافة الورقية والإلكترونية ونشطاء مواقع التواصل الاجتماعي</td></tr>
<tr><td>وحدة القياس</td><td colspan="5">عدد تقارير الإحيتاجات المعلوماتية السكانية للإعلاميين</td></tr>
<tr><td>نوع المؤشر</td><td colspan="5">كمي</td></tr>
<tr><td rowspan="6">المدخلات

أ) تقييم الإحتياجات للمعلومات السكانية للإعلاميين من خلال مجموعات عمل مركزة</td><td>مصدر البيانات</td><td colspan="5">المجلس الأعلى للسكان من خلال مجموعات العمل المركزة</td></tr>
<tr><td>الجهة/ الجهات المسؤولة</td><td colspan="5">المجلس الأعلى للسكان ومعهد الاعلام الاردني و نقابة الصحفيين</td></tr>
<tr><td>دورية القياس</td><td colspan="5">مرة واحدة خلال عام 2018 (ضمن نشاط ا.أ)</td></tr>
<tr><td>القيمة الحالية (2017)</td><td colspan="5">غير معروفه</td></tr>
<tr><td rowspan="2">القيمة المستهدفة</td><td>2018</td><td>2019</td><td>2020</td><td>2021</td><td>2022</td></tr>
<tr><td>1</td><td>0</td><td>0</td><td>0</td><td>0</td></tr>
</table>

<table dir="rtl">
<tr><th colspan="7">البطاقة المرجعية للمؤشر</th></tr>
<tr><td>مرجعية المؤشر ورقمه</td><td>اسم المؤشر</td><td colspan="5">2.ب.عدد قواعد البيانات القطاعية التي تم تجهيزها لتزويد الإعلاميين بالمعلومات السكانية المحدثة</td></tr>
<tr><td rowspan="3">مؤشر النتيجة (2)

معلومات سكانية متوفرة ومحدثة وتمكين الإعلاميين من الوصول إليها.</td><td>التعريف</td><td colspan="5">اصدارات اعلامية قطاعية حول القضايا السكانية تتضمن معلومات وبيانات سكانية دقيقة و حديثة</td></tr>
<tr><td>وحدة القياس</td><td colspan="5">عدد قواعد البيانات السكانية القطاعية</td></tr>
<tr><td>نوع المؤشر</td><td colspan="5">كمي</td></tr>
<tr><td rowspan="6">المدخلات

ب) تطوير قواعد بيانات قطاعية موجهة للإعلاميين</td><td>مصدر البيانات</td><td colspan="5">المجلس الأعلى للسكان - دائرة الإحصاءات العامة ، مؤسسة الضمان الإجتماعي – وزارة الصحة – وزارة التربية والتعليم – وزارة العمل – وزارة التخطيط، اللجنة الوطنية للمراة-وزارة العمل-وزارة الشباب</td></tr>
<tr><td>الجهة/ الجهات المسؤولة</td><td colspan="5">المجلس الأعلى للسكان</td></tr>
<tr><td>دورية القياس</td><td colspan="5">سنويا</td></tr>
<tr><td>القيمة الحالية (2017)</td><td colspan="5">(2) / قاعدة المؤشرات السكانية + قاعدة الابحاث السكانية لدى المجلس الاعلى للسكان</td></tr>
<tr><td rowspan="2">القيمة المستهدفة</td><td>2018</td><td>2019</td><td>2020</td><td>2021</td><td>2022</td></tr>
<tr><td>(2) / تحديث قاعدة المؤشرات السكانية + قاعدة الابحاث السكانية</td><td>تحديث</td><td>تحديث</td><td>تحديث</td><td>تحديث</td></tr>
</table>

<table dir="rtl">
<tr><th colspan="7">البطاقة المرجعية للمؤشر</th></tr>
<tr><td>مرجعية المؤشر ورقمه</td><td>اسم المؤشر</td><td colspan="5">2.ج.عدد اللقاءات مع الإعلاميين لإطلاعهم حول مستجدات القضايا السكانية و المؤشرات</td></tr>
<tr><td rowspan="3">مؤشر النتيجة (2)

معلومات سكانية متوفرة ومحدثة وتمكين الإعلاميين من الوصول إليها.</td><td>التعريف</td><td colspan="5">عقد لقاءات مع الإعلاميين لإطلاعهم حول مستجدات القضايا السكانية و المؤشرات</td></tr>
<tr><td>وحدة القياس</td><td colspan="5">عدد اللقاءات مع الإعلاميين</td></tr>
<tr><td>نوع المؤشر</td><td colspan="5">كمي</td></tr>
<tr><td rowspan="6">المدخلات

ج) وضع و تنفيذ خطة لإطلاع الإعلاميين بشكل دوري حول مستجدات القضايا السكانية و المؤشرات</td><td>مصدر البيانات</td><td colspan="5">المجلس الأعلى للسكان من خلال تقاريراللقاءات وكشوفات اسماء اللإعلاميين الذين حضروا اللقاء</td></tr>
<tr><td>الجهة/ الجهات المسؤولة</td><td colspan="5">المجلس الأعلى للسكان</td></tr>
<tr><td>دورية القياس</td><td colspan="5">سنويا</td></tr>
<tr><td>القيمة الحالية (2017)</td><td colspan="5">لا يوجد</td></tr>
<tr><td rowspan="2">القيمة المستهدفة</td><td>2018</td><td>2019</td><td>2020</td><td>2021</td><td>2022</td></tr>
<tr><td>1</td><td>2</td><td>2</td><td>2</td><td>2</td></tr>
</table>

<table dir="rtl">
<tr><th colspan="7">البطاقة المرجعية للمؤشر</th></tr>
<tr><td>مرجعية المؤشر ورقمه</td><td>اسم المؤشر</td><td colspan="5">3.1 نسبة الزيادة في حجم المحتوى الإعلامي الذي يتناول قضايا السكان والتنمية في وسائل الإعلام المختلفة</td></tr>
<tr><td rowspan="3">مؤشر النتيجة (3)
دور إعلامي فاعل في نشر الوعي السكاني</td><td>التعريف</td><td colspan="5">حجم كبير من المحتوى الإعلامي الذي يتناول قضايا السكان والتنمية لدى وسائل الإعلام المختلفة مقارنة مع السنوات التي سبقت إطلاق الاستراتيجية الوطنية للإعلام السكاني</td></tr>
<tr><td>وحدة القياس</td><td colspan="5">نسبة الزيادة في المحتوى الإعلامي الذي يتناول قضايا السكان والتنمية من حيث :
1. المساحة المخصصة للمحتوي
2. الزمن المخصص للمحتوى
3. نوعية القضايا التي تناولها المحتوى</td></tr>
<tr><td>نوع المؤشر</td><td colspan="5">كمي ونوعي</td></tr>
<tr><td>المخرجات</td><td>مصدر البيانات</td><td colspan="5">دراسة تحليل المحتوى مرة سنوياً</td></tr>
<tr><td>1) زيادة حجم المحتوى الإعلامي الذي يتناول القضايا السكانية حسب المجالات السكانية المستهدفة</td><td>الجهة/ الجهات المسؤولة</td><td colspan="5">المجلس الأعلى للسكان ، معهد الإعلام الأردني ، مراكز دراسات</td></tr>
<tr><td rowspan="3"></td><td>دورية القياس</td><td colspan="5">سنويا</td></tr>
<tr><td>القيمة الحالية (2017)</td><td colspan="5">غير معروفه</td></tr>
<tr><td rowspan="2">القيمة المستهدفة</td><td>2018</td><td>2019</td><td>2020</td><td>2021</td><td>2022</td></tr>
<tr><td></td><td>baseline</td><td>5% زيادة سنوية</td><td>5% زيادة سنوية</td><td>5% زيادة سنوية</td><td>5% زيادة سنوية</td></tr>
</table>

البطاقة المرجعية للمؤشر		
مرجعية المؤشر ورقمه	**اسم المؤشر**	**3.2 ادراك الجمهور لقضايا السكان والتنمية وفق مستويات مختلفة تنسجم مع اجندة وسائل الإعلام وما يوجه من رسائل توعية**
مؤشر النتيجة (3)	**التعريف**	مدى نجاح وسائل الإعلام في صناعة وتوجية الرأي العام نحو قضايا السكان والتنمية وبروز ذلك في البرامج التفاعلية التي تساهم في تحفيز الجمهور نحو تبني افكارا ايجابية بما يتعلق بالسكان والتنمية والفرصة السكانية
دور إعلامي فاعل في نشر الوعي السكاني	**وحدة القياس**	النسبة المئوية في التحسن في الاتجاهات لدى الجمهور المستهدف نحو قضايا السكان والتنمية من خلال دراسة سنوية على عينة ممثلة لجميع فئات الجمهور المستهدف لقياس التحسن في اتجاهاتهم نحو قضايا السكان والتنمية
	نوع المؤشر	كمي ونوعي
المخرجات	**مصدر البيانات**	إجراء دراسة مسحية للجمهور المستهدف تقيس درجة الراي حول قضايا السكان والتنمية
2) بروز القضايا السكانية كقضايا رأي عام	**الجهة/ الجهات المسؤولة**	المجلس الأعلى للسكان ، معهد الإعلام الأردني ، مراكز دراسات
	دورية القياس	سنويا
	القيمة الحالية (2017)	غير معروفه

	القيمة المستهدفة	2018	2019	2020	2021	2022
		baseline	%5 تحسن سنويا في توجهات الجمهور	%5 تحسن سنويا في توجهات الجمهور	%5 تحسن سنويا في توجهات الجمهور	%5 تحسن سنويا في توجهات الجمهور

البطاقة المرجعية للمؤشر

مرجعية المؤشر ورقمه	اسم المؤشر	**3.أ عدد البرامج الاعلامية المتخصص بالفرصة السكانية ،الصحة الانجابية وتنظيم الأسرة، تمكين الشباب ، النوع الاجتماعي وتمكين المرأة وقضايا الهجرة الدولية واللاجئين**
مؤشر النتيجة (3)	**التعريف**	حجم كبير من المحتوى الإعلامي االمتخصص بالفرصة السكانية ،الصحة الانجابية وتنظيم الأسرة، تمكين الشباب ، النوع الاجتماعي وتمكين المرأة وقضايا الهجرة الدولية واللاجئين
دور إعلامي فاعل في نشر الوعي السكاني	**وحدة القياس**	عدد البرامج الاعلامية المتخصص بالفرصة السكانية ،الصحة الانجابية وتنظيم الأسرة، تمكين الشباب ، النوع الاجتماعي وتمكين المرأة وقضايا الهجرة الدولية واللاجئين
	نوع المؤشر	كمي ونوعي
المدخلات	**مصدر البيانات**	تقارير ايبسوس – المؤسسات الإعلامية – الإعلاميين انفسهم -دراسة تحليل المحتوى الاعلامي
أ) بث ونشر محتوى اعلامي متخصص بالفرصة السكانية ،الصحة الانجابية وتنظيم الأسرة، تمكين الشباب ، النوع الاجتماعي وتمكين المرأة وقضايا الهجرة الدولية واللاجئين	**الجهة/ الجهات المسؤولة**	المجلس الأعلى للسكان – معهد الاعلام الأردني-المؤسسات الإعلامية ، مراكز دراسات
	دورية القياس	سنويا
	القيمة الحالية (2017)	غير معروفه

القيمة المستهدفة	2018	2019	2020	2021	2022
	0	مجموع مؤشرات النتيجة (5)	مجموع مؤشرات النتيجة (5)	مجموع مؤشرات النتيجة (5)	مجموع مؤشرات النتيجة (5)

<table>
<tr><th colspan="7">البطاقة المرجعية للمؤشر</th></tr>
<tr><td>مرجعية المؤشر ورقمه</td><td>اسم المؤشر</td><td colspan="5">4.1 عدد تشريعات وقوانين تساند قضايا السكان والتنمية وتدعم توجهات الفرصة السكانية</td></tr>
<tr><td rowspan="3">مؤشر نتيجة (4)
دور إعلامي فاعل في خلق بيئة تشريعية وسياسية ومؤسساتية داعمة لقضايا السكان.</td><td>التعريف</td><td colspan="5">إرادة سياسية تعنى بقضايا السكان والتنمية من خلال إصدار القرارات والمصادقة على القوانين الداعمة لها مما يساهم في خلق توجهات ايجابية لدى الجمهور تؤيد التغيير من اجل تحقيق انجازات تتعلق بالفرصة السكانية</td></tr>
<tr><td>وحدة القياس</td><td colspan="5">عدد التشريعات والقوانين المساندة لقضايا السكان والتنمية والتي كان للإعلام السكاني مساهمة في استحداثها</td></tr>
<tr><td>نوع المؤشر</td><td colspan="5">كمي ونوعي</td></tr>
<tr><td rowspan="6">المخرجات
1) ارادة سياسية وطنية داعمة للقضايا السكانية</td><td>مصدر البيانات</td><td colspan="5">مراجعه دورية سنوية لوثائق السياسات العامة / الجريدة الرسمية - المجلس الأعلى للسكان - اللجان المعنية بحقوق المرأة والإنسان</td></tr>
<tr><td>الجهة/ الجهات المسؤولة</td><td colspan="5">المجلس الأعلى للسكان</td></tr>
<tr><td>دورية القياس</td><td colspan="5">سنوياً</td></tr>
<tr><td>القيمة الحالية (2017)</td><td colspan="5">3 سياسات ضمن أجندة المجلس الأعلى للسكان</td></tr>
<tr><td rowspan="2">القيمة المستهدفة</td><td>2018</td><td>2019</td><td>2020</td><td>2021</td><td>2022</td></tr>
<tr><td colspan="5">3-2 سياسات على مدى مدة تنفيذ الاستراتيجية</td></tr>
</table>

<table>
<tr><th colspan="7">البطاقة المرجعية للمؤشر</th></tr>
<tr><td>مرجعية المؤشر ورقمه</td><td>اسم المؤشر</td><td colspan="5">4.2 التحسن في الاتجاهات لدى صناع القرار نحو قضايا السكان والتنمية</td></tr>
<tr><td rowspan="3">مؤشر نتيجة (4)
دور إعلامي فاعل في خلق بيئة تشريعية وسياسية ومؤسساتية داعمة لقضايا السكان.</td><td>التعريف</td><td colspan="5">مدى نجاح وسائل الإعلام في توجيه صناع القرار لتبني قضايا السكان والتنمية</td></tr>
<tr><td>وحدة القياس</td><td colspan="5">النسبة المئوية في التحسن (تراكميا) في الاتجاهات لدى صناع القرار نحو قضايا السكان والتنمية من خلال دراسة سنوية على عينة ممثلة للسلطة التشريعية والتفيذية لمعرفة اتجاهاتهم نحو قضايا السكان والتنمية</td></tr>
<tr><td>نوع المؤشر</td><td colspan="5">كمي ونوعي</td></tr>
<tr><td rowspan="6">المخرجات
2) فهم أعمق وأوسع لدى صناع السياسات للروابط الهامة بين السكان والتنمية.</td><td>مصدر البيانات</td><td colspan="5">دراسة تحليل الاتجاهات لدى صناع القرار حول القضايا السكانية</td></tr>
<tr><td>الجهة/ الجهات المسؤولة</td><td colspan="5">المجلس الأعلى للسكان – معهد الإعلام الأردني</td></tr>
<tr><td>دورية القياس</td><td colspan="5">سنويا</td></tr>
<tr><td>القيمة الحالية (2017)</td><td colspan="5">غير معروفه</td></tr>
<tr><td rowspan="2">القيمة المستهدفة</td><td>2018</td><td>2019</td><td>2020</td><td>2021</td><td>2022</td></tr>
<tr><td>baseline</td><td>%35
تحسن في التوجهات لدى صناع القرار نحو القضايا السكانية</td><td>%50
تحسن في التوجهات لدى صناع القرار نحو القضايا السكانية</td><td>%60
تحسن في التوجهات لدى صناع القرار نحو القضايا السكانية</td><td>%70
تحسن في التوجهات لدى صناع القرار نحو القضايا السكانية</td></tr>
</table>

<table>
<tr><th colspan="7">البطاقة المرجعية للمؤشر</th></tr>
<tr><td>مرجعية المؤشر ورقمه</td><td>اسم المؤشر</td><td colspan="5">4.أ المقابلات والتغطيات الإعلامية التي استضافت صناع السياسات السكانية</td></tr>
<tr><td rowspan="3">مؤشر نتيجة (4)

دور إعلامي فاعل في خلق بيئة تشريعية وسياسية ومؤسساتية داعمة لقضايا السكان.</td><td>التعريف</td><td colspan="5">تواصل الإعلاميين مع صناع السياسات السكانية من خلال المقابلات التلفزيونية والإذاعية والتغطيات الإخبارية والصحفية وتخصيص مساحة لهم في المحتوى الإعلامي بكافة اشكالة</td></tr>
<tr><td>وحدة القياس</td><td colspan="5">عدد المقابلات والتغطيات الإعلامية التي استضافت صناع السياسات السكانية</td></tr>
<tr><td>نوع المؤشر</td><td colspan="5">كمي ونوعي</td></tr>
<tr><td rowspan="6">المدخلات

أ) إيجاد منابر وفرص متنوعة وواسعة للحوار بين الإعلاميين وصناع السياسات السكانية.</td><td>مصدر البيانات</td><td colspan="5">ايبسوس – المؤسسات الإعلامية – الإعلاميين انفسهم</td></tr>
<tr><td>الجهة/ الجهات المسؤولة</td><td colspan="5">المجلس الأعلى للسكان – المؤسسات الإعلامية</td></tr>
<tr><td>دورية القياس</td><td colspan="5">ربع سنوي</td></tr>
<tr><td>القيمة الحالية (2017)</td><td colspan="5">غير معروفه</td></tr>
<tr><td rowspan="2">القيمة المستهدفة</td><td>2018</td><td>2019</td><td>2020</td><td>2021</td><td>2022</td></tr>
<tr><td>مرة كل شهر وفي المناسبات الرسمية المرتبطة بموضوع السكان والتنمية مثل يوم المرأة العالمي يوم السكان العالمي</td><td>فقرة تلفزيونية و 4 فقرات إذاعية و فقرة على مواقع التواصل الإجتماعية و مقالة في الصحف اليومية كل شهر وفي المناسبات الرسمية المرتبطة بموضوع السكان والتنمية مثل يوم المرأة العالمي يوم السكان العالمي</td><td>مرة اسبوعياً</td><td>مرة اسبوعياً</td><td>مرة اسبوعياً</td></tr>
</table>

<table>
<tr><th colspan="7">البطاقة المرجعية للمؤشر</th></tr>
<tr><td>مرجعية المؤشر ورقمه</td><td>اسم المؤشر</td><td colspan="5">4.ب مواد الرأي والتحليلات الاعلامية والتي تناولت البعد السكاني بإهتمام واسندت اليه الأسباب والنتائج</td></tr>
<tr><td rowspan="3">مؤشر نتيجة (4)

دور إعلامي فاعل في خلق بيئة تشريعية وسياسية ومؤسساتية داعمة لقضايا السكان.</td><td>التعريف</td><td colspan="5">التعامل مع متغير السكان والتنمية كمتغير وسيط يؤثر في معظم مناحي الحياة وذلك عند تناول المحتوى الإعلامي لقضايا واحداث مختلفة ومحاولة تأطير الفكرة بما يخدم القضية السكانية</td></tr>
<tr><td>وحدة القياس</td><td colspan="5">عدد مواد الرأي والتحليلات الاعلامية والتي تناولت البعد السكاني بإهتمام واسندت اليه الأسباب والنتائج</td></tr>
<tr><td>نوع المؤشر</td><td colspan="5">كمي ونوعي</td></tr>
<tr><td rowspan="6">المدخلات

ب) إدماج القضايا السكانية في مواد الرأي والتحليلات الإعلامية..</td><td>مصدر البيانات</td><td colspan="5">ايبسوس – المؤسسات الإعلامية – الإعلاميين انفسهم</td></tr>
<tr><td>الجهة/ الجهات المسؤولة</td><td colspan="5">المجلس الأعلى للسكان – المؤسسات الإعلامية</td></tr>
<tr><td>دورية القياس</td><td colspan="5">ربع سنوي</td></tr>
<tr><td>القيمة الحالية (2017)</td><td colspan="5">غير معروفه</td></tr>
<tr><td rowspan="2">القيمة المستهدفة</td><td>2018</td><td>2019</td><td>2020</td><td>2021</td><td>2022</td></tr>
<tr><td>مرة كل شهر وفي المناسبات الرسمية المرتبطة بموضوع السكان والتنمية مثل يوم المرأة العالمي يوم السكان العالمي</td><td>فقرة تلفزيونية و 4 فقرات إذاعية و فقرة على مواقع التواصل الإجتماعية و مقالة في الصحف اليومية كل شهر وفي المناسبات الرسمية المرتبطة بموضوع السكان والتنمية مثل يوم المرأة العالمي يوم السكان العالمي</td><td>مرة اسبوعياً</td><td>مرة اسبوعياً</td><td>مرة اسبوعياً</td></tr>
</table>

<table dir="rtl">
<tr><th colspan="7">لبطاقة المرجعية للمؤشر</th></tr>
<tr><td>مرجعية المؤشر ورقمه</td><td>اسم المؤشر</td><td colspan="5">4.ج المقابلات والتغطيات الإعلامية التي مارست دور رقابي و تناولت البعد السكاني بإهتمام</td></tr>
<tr><td rowspan="3">مؤشر نتيجة (4)

دور إعلامي فاعل في خلق بيئة تشريعية وسياسية ومؤسساتية داعمة لقضايا السكان.</td><td>التعريف</td><td colspan="5">ممارسة الإعلام دورة كسلطة رابعة في المراقبة والضغط على صناع السياسات التنموية من خلال انتاج برامج وأخبار و تحقيقات صحفية ناقدة</td></tr>
<tr><td>وحدة القياس</td><td colspan="5">عدد المقابلات والتغطيات الإعلامية التي مارست دور رقابي و تناولت البعد السكاني بإهتمام</td></tr>
<tr><td>نوع المؤشر</td><td colspan="5">كمي ونوعي</td></tr>
<tr><td rowspan="6">المدخلات

ج) تفعيل الوظيفة الرقابية للإعلام في القضايا السكانية.</td><td>مصدر البيانات</td><td colspan="5">المؤسسات الإعلامية – الإعلاميين انفسهم</td></tr>
<tr><td>الجهة/ الجهات المسؤولة</td><td colspan="5">المجلس الأعلى للسكان – المؤسسات الإعلامية</td></tr>
<tr><td>دورية القياس</td><td colspan="5">ربع سنوي</td></tr>
<tr><td>القيمة الحالية (2017)</td><td colspan="5">غير معروفه</td></tr>
<tr><td rowspan="2">القيمة المستهدفة</td><td>2018</td><td>2019</td><td>2020</td><td>2021</td><td>2022</td></tr>
<tr><td>مرة كل شهر وفي المناسبات الرسمية المرتبطة بموضوع السكان والتنمية مثل يوم المرأة العالمي يوم السكان العالمي</td><td>فقرة تلفزيونية و 4 فقرات إذاعية و فقرة على مواقع التواصل الإجتماعية و مقالة في الصحف اليومية كل شهر وفي المناسبات الرسمية المرتبطة بموضوع السكان والتنمية مثل يوم المرأة العالمي يوم السكان العالمي</td><td>مرة اسبوعياً</td><td>مرة اسبوعياً</td><td>مرة اسبوعياً</td></tr>
</table>

<table dir="rtl">
<tr><th colspan="7">البطاقة المرجعية للمؤشر</th></tr>
<tr><td>مرجعية المؤشر ورقمه</td><td>اسم المؤشر</td><td colspan="5">5.1 عدد المشاهدات والتفاعلات للمحتوى الإعلامي المتعلق بقضايا السكان حسب نوع الوسيلة الإعلامية</td></tr>
<tr><td rowspan="3">مؤشر النتيجة (5)

دور إعلامي فاعل في تغيير سلوك الأفراد والمجتمع نحو قضايا السكان.</td><td>التعريف</td><td colspan="5">ان تتميز البرامج الإعلامية والمحتوى الصحفي الذي يقدم رسائل إعلامية تتعلق بقضايا بالسكان والتنمية بالإبداع والتجديد بالفكرة والصورة باستخدام تقنيات اخراجية عصرية جديدة جاذبة للجمهور</td></tr>
<tr><td>وحدة القياس</td><td colspan="5">1. عدد المشاهدات للمحتوى الإعلامي المتعلق بقضايا السكان حسب نوع الوسيلة الإعلامية
2. عدد التفاعلات للمحتوى الإعلامي المتعلق بقضايا السكان حسب نوع الوسيلة الإعلامي</td></tr>
<tr><td>نوع المؤشر</td><td colspan="5">كمي</td></tr>
<tr><td rowspan="6">المخرجات

1) رسائل إعلامية جاذبة و غير تقليدية في القضايا السكانية.</td><td>مصدر البيانات</td><td colspan="5">دراسة تحليل المحتوى</td></tr>
<tr><td>الجهة/ الجهات المسؤولة</td><td colspan="5">المجلس الأعلى للسكان – معهد الاعلام الاردني ، المؤسسات الاعلامية ، مراكز دراسات</td></tr>
<tr><td>دورية القياس</td><td colspan="5">سنويا</td></tr>
<tr><td>القيمة الحالية (2017)</td><td colspan="5">غير معروفه</td></tr>
<tr><td rowspan="2">القيمة المستهدفة</td><td>2018</td><td>2019</td><td>2020</td><td>2021</td><td>2022</td></tr>
<tr><td>baseline</td><td>5% زيادة سنويا</td><td>10% زيادة سنويا</td><td>15% زيادة سنويا</td><td>20% زيادة سنويا</td></tr>
</table>

البطاقة المرجعية للمؤشر		
مرجعية المؤشر ورقمه	**اسم المؤشر**	**5.2 نسبة التحسن في التوجهات والسلوكيات الايجابية لدى الجمهور المستهدف نحو القضايا السكانية والصحة الانجابية وتنظيم الأسرة.**
مؤشر النتيجة (5)	**التعريف**	مدى نجاح وسائل الإعلام في صياغة وانتاج محتوى اعلامي تناول القضايا السكانية بطريقة جاذبة تسهم في خلق توجهات وسلوكيات ايجابية نحو قضايا بالسكان والصحة الانجابية وتنظيم الأسرة
دور إعلامي فاعل في تغيير سلوك الأفراد والمجتمع نحو قضايا السكان.	**وحدة القياس**	نسبة التحسن (تراكميا) في التوجهات والسلوكيات الايجابية لدى الجمهور المستهدف نحو القضايا السكانية وتنظيم الأسرة.
	نوع المؤشر	كمي ونوعي
المخرجات	**مصدر البيانات**	الدراسة المسحية لاتجاهات الجمهور المستهدف نحو قضايا السكان والصحة الانجابية للتعرف على التحسن في سلوكياتهم واتجاهاتهم (قبلية وبعدية) يقوم بها المجلس الأعلى للسكان – معهد الإعلام الأردني او مراكز دراسات
2) مضمون إعلامي مؤثر في خلق التوجهات والسلوكيات الايجابية نحو القضايا السكانية وتنظيم الأسرة..	**الجهة/ الجهات المسؤولة**	المجلس الأعلى للسكان – معهد الإعلام الأردني ، مراكز دراسات
	دورية القياس	سنويا
	القيمة الحالية (2017)	غير معروفه

القيمة المستهدفة	2018	2019	2020	2021	2022
	baseline	5% تحسن سنويا في توجهات الجمهور	5% تحسن سنويا في توجهات الجمهور	5% تحسن سنويا في توجهات الجمهور	5% تحسن سنويا في توجهات الجمهور

البطاقة المرجعية للمؤشر		
مرجعية المؤشر ورقمه	**اسم المؤشر**	**5.أ عدد المواد الاعلامية والصحفية والالكترونية التي تناولت قضايا السكان والتنمية والمصاحبة لحملات كسب التأييد**
مؤشر النتيجة (5) دور إعلامي فاعل في تغيير سلوك الأفراد والمجتمع نحو قضايا السكان.	**التعريف**	المساحة التي يحتلها المحتوى الذي يتناول قضايا السكان والتنمية من مجموع ساعات البث او صفحات الجرائد او المواقع الإلكترونية وصفحات التواصل الإجتماعي والمصاحبة لجهود كسب التأييد لقضايا السكان والتنمية من أجل خلق بيئة داعمة لها
	وحدة القياس	عدد المواد الاعلامية والصحفية والالكترونية التي تناولت قضايا السكان والتنمية والمصاحبة لحملات كسب التأييد
	نوع المؤشر	كمي
المدخلات أ) التمهيد والدعم لجهود كسب التأييد في القضايا السكانية	**مصدر البيانات**	ايبسوس – المؤسسات الإعلامية – الإعلاميين انفسهم ، دراسة المحتوى الاعلامي
	الجهة/ الجهات المسؤولة	المجلس الأعلى للسكان – معهد الإعلام الأردني – المؤسسات الإعلامية ، مراكز دراسات
	دورية القياس	ربع سنوي
	القيمة الحالية (2017)	غير معروفه

القيمة المستهدفة

2018	2019	2020	2021	2022
0	مادة اعلامية متنوعة يومية داعمة لاهداف حملة كسب التأييد تنفذ طوال فترة حملة كسب التابيد	مادة اعلامية متنوعة يومية داعمة لاهداف حملة كسب التأييد تنفذ طوال فترة حملة كسب التابيد	مادة اعلامية متنوعة يومية داعمة لاهداف حملة كسب التأييد تنفذ طوال فترة حملة كسب التابيد	مادة اعلامية متنوعة يومية داعمة لاهداف حملة كسب التأييد تنفذ طوال فترة حملة كسب التابيد

<table dir="rtl">
<tr><th colspan="7">البطاقة المرجعية للمؤشر</th></tr>
<tr><td>مرجعية المؤشر ورقمه</td><td>اسم المؤشر</td><td colspan="5">5.ب حجم الدراما التلفزيونية والإذاعية التي تتناول قضايا السكان والتنمية</td></tr>
<tr><td rowspan="3">مؤشر النتيجة (5)
دور إعلامي فاعل في تغيير سلوك الأفراد والمجتمع نحو قضايا السكان.</td><td>التعريف</td><td colspan="5">حجم الإنتاج الدرامي الذي يتناول مفاهيم قضايا السكان والتنمية بشكل منفرد او مدمج من خلال مشاهد او سكتشات</td></tr>
<tr><td>وحدة القياس</td><td colspan="5">1. عدد المسلسلات اوالسكتشات الدرامية الذي تتناول قضايا السكان والتنمية في الدورة البرامجية اواسبوعيا او يوميا
2. عدد الرسائل داخل المحتوى</td></tr>
<tr><td>نوع المؤشر</td><td colspan="5">كمي ونوعي</td></tr>
<tr><td rowspan="6">المدخلات
ب) إدماج القضايا السكانية والصحة الانجابية/ تنظيم الأسرة في الدراما التلفزيونية والإذاعية.</td><td>مصدر البيانات</td><td colspan="5">ايبسوس – المؤسسات الإعلامية – الإعلاميين انفسهم ، دراسة المحتوى الاعلامي</td></tr>
<tr><td>الجهة/ الجهات المسؤولة</td><td colspan="5">المجلس الأعلى للسكان – معهد الإعلام الأردني – المؤسسات الإعلامية ، مراكز دراسات</td></tr>
<tr><td>دورية القياس</td><td colspan="5">ربع سنوي</td></tr>
<tr><td>القيمة الحالية (2017)</td><td colspan="5">غير معروفه</td></tr>
<tr><td rowspan="2">القيمة المستهدفة</td><td>2018</td><td>2019</td><td>2020</td><td>2021</td><td>2022</td></tr>
<tr><td>0</td><td>دراما واحدة اذاعية وداراما واحدة تلفزيونية سنويا</td><td>دراما واحدة اذاعية وداراما واحدة تلفزيونية سنويا</td><td>دراما واحدة اذاعية وداراما واحدة تلفزيونية سنويا</td><td>دراما واحدة اذاعية وداراما واحدة تلفزيونية سنويا</td></tr>
</table>

<table>
<tr><th colspan="7">البطاقة المرجعية للمؤشر</th></tr>
<tr><td>مرجعية المؤشر ورقمه</td><td>اسم المؤشر</td><td colspan="5">5.(3. ج) عدد البرامج و التنويهات وفترة البث للمحتوى الإعلامي الذي يتناول قضايا السكان والتنمية من خلال وسائل الاعلام المجتمعي (الاذاعات المجتمعية)</td></tr>
<tr><td rowspan="3">مؤشر النتيجة (5)

دور إعلامي فاعل في تغيير سلوك الأفراد والمجتمع نحو قضايا السكان.</td><td>التعريف</td><td colspan="5">حجم ما تبثه وسائل الإعلام المجتمعية من اخبار ومعلومات حول قضايا السكان والتنمية من مواقع الكترونية وصفحات على مواقع التواصل الإجتماعي تمثل المحافظات والإذاعات المجتمعية الخاصة بالمحافظات على سبيل المثال إذاعة جامعة الطفيلة وصوت العقبة وغيرها من الإذاعات المجتمعية من خلال تنويهات توعوية وبرامج حوارية وفقرات خاصة ضمن برامج يومية قائمة بالمحطة اضافة الى الدراما الإذاعية التي تتناول قضايا سكانية</td></tr>
<tr><td>وحدة القياس</td><td colspan="5">عدد البرامج و التنويهات وفترة البث للمحتوى الإعلامي الذي يتناول قضايا السكان والتنمية من خلال وسائل الاعلام المجتمعي (الاذاعات المجتمعية)</td></tr>
<tr><td>نوع المؤشر</td><td colspan="5">كمي و نوعي</td></tr>
<tr><td rowspan="7">المدخلات

ج) تفعيل الإعلام المجتمعي في المحافظات في طرح القضايا السكانية.</td><td>مصدر البيانات</td><td colspan="5">ايبسوس – المؤسسات الإعلامية – الإعلاميين انفسهم ، دراسة المحتوى الاعلامي</td></tr>
<tr><td>الجهة/ الجهات المسؤولة</td><td colspan="5">المجلس الأعلى للسكان – معهد الإعلام الأردني – المؤسسات الإعلامية ، مراكز دراسات</td></tr>
<tr><td>دورية القياس</td><td colspan="5">كل اربع شهور</td></tr>
<tr><td>القيمة الحالية (2017)</td><td colspan="5">غير معروفه</td></tr>
<tr><td rowspan="2">القيمة المستهدفة</td><td>2018</td><td>2019</td><td>2020</td><td>2021</td><td>2022</td></tr>
<tr><td>0</td><td>تنويهات يومية وفقرة اسبوعيا ضمن برنامج يومي وبرنامج اسبوعي متخصص في اكثر من اذاعة مجتمعية متخصص بقضايا السكان والتنمية</td><td>تنويهات يومية وفقرة اسبوعيا ضمن برنامج يومي وبرنامج اسبوعي متخصص في اكثر من اذاعة مجتمعية متخصص بقضايا السكان والتنمية</td><td>تنويهات يومية وفقرة اسبوعيا ضمن برنامج يومي وبرنامج اسبوعي متخصص في اكثر من اذاعة مجتمعية متخصص بقضايا السكان والتنمية</td><td>تنويهات يومية وفقرة اسبوعيا ضمن برنامج يومي وبرنامج اسبوعي متخصص في اكثر من اذاعة مجتمعية متخصص بقضايا السكان والتنمية</td></tr>
</table>

<table dir="rtl">
<tr><th colspan="7">البطاقة المرجعية للمؤشر</th></tr>
<tr><td>مرجعية المؤشر ورقمه</td><td>اسم المؤشر</td><td colspan="5">5. (4.د) حجم الإعلام المرئي والمسموع الذي تناول قضايا السكان والتنمية والفرصة السكانية بشكل عام</td></tr>
<tr><td rowspan="3">مؤشر النتيجة (5)

دور إعلامي فاعل في تغيير سلوك الأفراد والمجتمع نحو قضايا السكان.</td><td>التعريف</td><td colspan="5">حجم ما تبثه وسائل الإعلام المرئي والمسموع من اخبار ومعلومات حول قضايا السكان والتنمية من خلال تنويهات توعوية وبرامج حوارية وفقرات خاصة ضمن برامج يومية قائمة بالمحطة اضافة الى الدراما الإذاعية التي تتناول قضايا سكانية</td></tr>
<tr><td>وحدة القياس</td><td colspan="5">عدد البرامج و التنويهات وفترة البث للمحتوى الإعلامي الذي يتناول قضايا السكان والتنمية في الاعلام المرئي والمسموع</td></tr>
<tr><td>نوع المؤشر</td><td colspan="5">كمي ونوعي</td></tr>
<tr><td rowspan="6">المدخلات

د) ادماج القضايا السكانية والصحة الانجابية / تنظيم الأسرة في الإعلام المرئي والمسموع.</td><td>مصدر البيانات</td><td colspan="5">ايبسوس – المؤسسات الإعلامية – الإعلاميين انفسهم ، دراسة المحتوى الاعلامي</td></tr>
<tr><td>الجهة/ الجهات المسؤولة</td><td colspan="5">المجلس الأعلى للسكان – معهد الإعلام الأردني – المؤسسات الإعلامية ، مراكز دراسات</td></tr>
<tr><td>دورية القياس</td><td colspan="5">ربع سنوي</td></tr>
<tr><td>القيمة الحالية (2017)</td><td colspan="5">غير معروفه</td></tr>
<tr><td rowspan="2">القيمة المستهدفة</td><td>2018</td><td>2019</td><td>2020</td><td>2021</td><td>2022</td></tr>
<tr><td>0</td><td>تنويهات يومية ، برنامج اسبوعي متخصص في قضايا السكان والتنمية وحلقات من برامج حوارية</td><td>تنويهات يومية ، برنامج اسبوعي متخصص في قضايا السكان والتنمية وحلقات من برامج حوارية</td><td>تنويهات يومية ، برنامج اسبوعي متخصص في قضايا السكان والتنمية وحلقات من برامج حوارية</td><td>تنويهات يومية ، برنامج اسبوعي متخصص في قضايا السكان والتنمية وحلقات من برامج حوارية</td></tr>
</table>

البطاقة المرجعية للمؤشر		
مرجعية المؤشر ورقمه	**اسم المؤشر**	**5. (5.ه) عدد المواد الاعلامية الصحفية المطبوعة التي تناول قضايا السكان والتنمية**
مؤشر النتيجة (5)	**التعريف**	حجم ما تبثه وسائل الإعلام الصحفي (الصحافة المطبوعة) من اخبار ومعلومات حول قضايا السكان والتنمية من خلال مقالات وتحقيقات صحفية
دور إعلامي فاعل في تغيير سلوك الأفراد والمجتمع نحو قضايا السكان.	**وحدة القياس**	عدد المواد الاعلامية الصحفية المطبوعة التي تناول قضايا السكان والتنمية
	نوع المؤشر	كمي ونوعي
المدخلات	**مصدر البيانات**	ايبسوس – المؤسسات الإعلامية – الإعلاميين انفسهم ، دراسة المحتوى الاعلامي
ه) ادماج القضايا السكانية والصحة الانجابية / تنظيم الأسرة في الإعلام الصحفي (الصحافة المطبوعة).	**الجهة/ الجهات المسؤولة**	المجلس الأعلى للسكان – معهد الإعلام الأردني – المؤسسات الإعلامية ، مراكز دراسات
	دورية القياس	ربع سنوي
	القيمة الحالية (2017)	غير معروفه

القيمة المستهدفة	2018	2019	2020	2021	2022
	0	تحقيق صحفي كل ثلاثة شهور ومقال اسبوعي	تحقيق صحفي شهري ومقال اسبوعي	تحقيق صحفي شهري ومقال اسبوعي	تحقيق صحفي شهري ومقال اسبوعي

الملحق (ج): الاتصال والإعلام السكاني: المفاهيم الأساسية والممارسات الجيدة

يقوم الاتصال بدور أساسي في العمليات الاجتماعية والنفسية والثقافية المرتبطة بحياة الإنسان اليومية، وما تقوم به الجماعات والمجتمعات أيضاً، وقد أُستثمر الاتصال بشكل فاعل في الدول النامية، حيث يُنظر إليه بجدية؛ باعتباره أحد الوسائل الكفيلة بتحقيق التسارع التنموي في الانتقال من المجتمع التقليدي Traditional Society إلى المجتمع الانتقالي Transitional Society ثم المجتمع الحديث Modern Society عن طريق التأثير في معتقدات الأفراد[30] وتغيير سلوكهم، ويمكن إحداث هذا التغيير في كافة نواحي الحياة سواء الصحة، والتعليم، والإنتاج، والزراعة، والعمل...[31].

ويُعد الاتصال السكاني أحد نماذج الاتصال التنموي الذي يهدف إلى تغيير سلوك الأفراد، وبالتالي إحداث تغيير اجتماعي، عبر العديد من الأنشطة والوسائل، أهمها: وسائل الاتصال والإعلام المعاصرة[32].

ولقد نُظر إلى الاتصال السكاني نظرة واسعة تضم الكثير من الأنشطة ذات الصلة بالقضايا السكانية. ويذهب بعض الباحثين إلى التمييز بين الاتصال السكاني Population Communication والاتصال الصحي Health Communication من ناحية التخصص الدقيق للاتصال الصحي باعتباره يركز على قضية واحدة من القضايا السكانية.

وعلى كل الأحوال، فالاتصال التنموي والاتصال السكاني والاتصال الصحي جميعها تهدف إلى إحداث تغيير اجتماعي يخدم نوعية حياة الإنسان، وجميعها تستخدم أدوات متشابهة[33].

ويعد الإعلام السكاني أحد أشكال الاتصال السكاني، بمعنى أن المفهوم الأخير أوسع وأعم، أما الإعلام السكاني فهو نشاط اتصالي متخصص يرتبط بوسائل الإعلام الجماهيري، وما تقدمه من رسائل ومعلومات في مجال السكان وضمن أهداف الإعلام في الإخبار والتعليم والترفيه.

وفق هذا التصور فإن الإعلام السكاني يركز على المعلومات ويعني إنتاج وتوزيع وتبادل المعلومات السكانية على نطاق واسع من الجماهير، وبالتالي فإن وظائف الإعلام السكاني ترتبط بما يلي:

- توفير قناة حرة ومستقلة لتدفق المعلومات والأخبار حول شؤون السكان.

---

[30] Daniel Lerner (1958) The Passing Traditional Society Modernizing The Middle East, New York, Free Press.

[31]- بدران، بدران وآخرون، مدخل إلى الاتصال السكاني، جامعة اليرموك، 1990.

[32]- بدران، المرجع السابق.

[33]- بدران، المرجع السابق.

- توفير منبر للنقاش العام حول القضايا السكانية.
- القيام بالوظيفة الرقابية حول الأداء العام للقضايا السكانية.

لقد ارتبطت نشأة الاتصال والإعلام السكاني بنشأة المشكلة السكانية وبداية إدراك بعض الدول لآثار هذه المشكلة وتحديداً بعد الحرب العالمية الثانية، وكان التركيز في المراحل الأولى على توفير المعلومات حول القضايا السكانية الأساسية والصحة الإنجابية[34].

لقد تغيرت خدمات الاتصال والإعلام السكاني خلال نصف القرن الماضي، ويمكن التمييز بين أربع مراحل مرت بها؛ هي: مرحلة العيادة التي تتطلب الوصول إلى العيادات الطبية ؛ أي أن التوعية مرتبطة بالطبيب من خلال النصائح التي يقدمها في العيادة، ثم مرحلة الميدان أي النهج الذي يركز على التوعية والوصول إلى الناس في مجتمعاتهم، وتقديم خدمات المعلومات والتعليم والاتصال IEC، ومرحلة التسويق الاجتماعي الذي يركز على مفهوم المستهلكين والعرض والطلب على الخدمات الصحية الإنجابية، وأخيراً مرحلة استراتيجيات الاتصال والإعلام من أجل تغيير السلوك؛ حيث يتم التركيز على ضرورة التأثير على الأعراف الاجتماعية والتقاليد الثقافية والبيئات السياسية بواسطة وسائل الاتصال والإعلام لإحداث تغير اجتماعي وثقافي[35].

هناك أدلة عديدة ومن أنحاء مختلفة من العالم تؤكد دور الاتصال والإعلام السكاني في إحداث تغيير اجتماعي وثقافي إيجابي في السلوك لصالح الصحة ونوعية الحياة، أهمها[36]:

1- التوسع الكبير في وسائل الاتصال والإعلام والاستهلاك الهائل للمعلومات من قِبل الأفراد.
2- قوة تأثير وسائل الاتصال وخصوصاً التلفزيون والصورة وأخيراً الإعلام الرقمي والإعلام الاجتماعي.
3- دور الاتصال والإعلام في تعزيز مكانة المرأة في المجتمعات وخلق ثقافة العدالة الجندرية. وازدياد تركيز وسائل الإعلام على الصحة العامة والأمراض السارية والطفولة.
4- لقد انتقل تركيز الاتصال السكاني من مفهوم "المعلومات والتعليم والاتصال" IEC إلى مفهوم "الاتصال من أجل تعديل السلوك" BCC: Behavior Change Communication، هذا المنظور الجديد انتقل من تقديم المعلومات والاختيار الفردي، إلى التركيز على مفاهيم التغير الاجتماعي، وتحريك القواعد الاجتماعية والشعبية Grassroots Mobilization، ومن الترويج والتسويق إلى تمكين الأفراد والجماعات وبناء الكفاءة الذاتية، ومن التعليم التقليدي إلى الترفيه والتعليم، والتعليم من خلال الترفيه.

[34] UNESCO, population communication, (Research, Mass media and Instructional materials) Bangkok, 1993.
[35] Phyllis Tilson Piotrow, Rimon//Alice Payne Merritt, Gary Saffit, advancing Health communication the pcs Experience in the field.
[36] Phyllis Tilson Piotrow, Rimon//Alice Payne Merritt, Gary Saffit, advancing Health communication the pcs Experience in the field.

هناك العديد من التجارب والخبرات من دول العالم النامية في مجال التخطيط الاستراتيجي للاتصال والإعلام السكاني، حيث يمكن الاستفادة من الدروس ومن هذه الخبرات والتجارب حيث عمدت العديد من الدول إلى إصدار استراتيجيات وطنية للاتصال والإعلام السكاني منذ مطلع التسعينيات، مثل: سيرلانكا والباكستان وكوريا وفيتنام والهند ومصر وملاوي، وغيرها من الدول.

ومن أبرز التجارب الإقليمية في استخدام الإعلام السكاني في خدمة التنمية، التجربة المصرية، التي تعود إلى فترة الستينيات وتطورت فيما بعد، حيث التفتت السياسات السكانية في هذا البلد الذي يعاني من زيادة سكانية مفرطة إلى دور الإعلام في التوعية بالصحة الانجابية و تنظيم الأسرة والصحة الإنجابية، ومعاصراً يتولى الجهاز المركزي للمعلومات إدارة عشرات المراكز المحلية المنتشرة في المحافظات والمتخصصة في الإعلام السكاني، وتندرج التجربة الهندية في استخدام الإعلام السكاني بين التجارب الناجحة، وتعود أول الاستراتيجيات الوطنية الهندية للاتصال والإعلام السكاني إلى عام 1966، وفي التقييم الذي أُجري لهذه الخطة عام 1973 تبين نجاح الاتصال الجماهيري الجريء في خلق وعي عام عريض حول الحاجة للأسرة الصغيرة.

وفي آسيا أيضاً يشار إلى تجربة الفلبين في التخطيط الاستراتيجي للإعلام والاتصال السكاني حيث ركزت الخطط التي نُفذت في الثمانينيات والتسعينيات على خمس فئات مستهدفة، هي: النساء، الأزواج، الفئات الهشة، مزودو المعلومات، والشباب القاصرون غير المتزوجين، كما تم تحديد ثلاثة موضوعات رئيسية ورسائل في الاستراتيجية، وهي: الأمومة الآمنة، حياة الطفل، ونوعية الحياة[37].

ومن الاستراتيجيات الحديثة في الاتصال والإعلام السكاني: تجربة ملاوي "2012- 2016" وهو بلد مهدد بزيادة سكانية إذا استمر النمو السكاني فيه بهذه الوتيرة، حيث تركز الاستراتيجية على ضمان إرادة سياسية لدعم برامج السكان38. حيث تعد مالاوي هي واحدة من الدول الإفريقية ذات الأعداد المتزايدة في السكان والتي حققت نمواً اقتصادياً مستداماً خلال العقد الماضي. وقد نما الاقتصاد بمعدل متوسط يبلغ 6.5 % سنوياً بين عامي 2003 و 2014 والناتج المحلي الإجمالي من 7.3 مليار دولار أمريكي في عام 2003 إلى 13.1 مليار دولار أمريكي في عام 2014 . وعلى الرغم من النمو الاقتصادي المطرد في البلاد على مدى العقد الماضي، فإن الاقتصاد لم يتمكن من توليد فرص عمل لائقة كافية للسكان، وبقيت الدولة تصنف أنها من الدول ذات الدخل الفردي المنخفض، وتلاحظ سياسة ملاوي السكانية لعام 2012 أن العبء المرتفع على إعالة الأطفال في هذا المجال هو أحد الاختناقات الرئيسية لتحقيق التنمية الاجتماعية والاقتصادية المستدامة فيها.

---

[37] UNESCO(1994) , population Communication : Communication Theories , Development strategies.

[38]The Ministry of Economic Planning and Development of Malawi, *National Communication and Advocacy Strategy for Population and Development 2012–2016*

واحدة من أنجح الابتكارات التي تضمنتها انشطة الاتصال السكاني في ملاوي في السنوات الاخيرة نظمت من قبل "مجموعة المستقبل "المتمثل في تطوير موارد للتوعية بالآثار السكانية على التنمية RAPID. وهي وسائل مصممة لتبيان الآثار الاجتماعية والاقتصادية المترتبة على ارتفاع معدلات الخصوبة والنمو السكاني السريع في قطاعات مثل القوى العاملة والتعليم والصحة والتحضر والبيئة والزراعة، ووجهت هذه الموارد والرسائل إلى مستويات متعددة من صناع السياسات ومنفذيها، كما ساهم البرنامج المدعوم من قبل الوكالة الأمريكية للتنمية الدولية في تكثيف الرسائل الاتصالية والإعلامية في عطلة نهاية الأسبوع وتفعيل دور القادة الدينيين في شرح هذه الرسائل وتوضيحها .

كما ساهمت خطط الاتصال والإعلام السكاني في تجارب الدول التي استفادت من مرحلة الفرصة السكانية، مثل: كوريا الجنوبية وماليزيا.

الملحق (د): تطور الاتصال والإعلام السكاني في الأردن

التطور التاريخي:

يتمتع البث الإعلامي للخدمة العامة في الأردن بخبرة تاريخية في ممارسة الإعلام للدور التنموي، إلا أن هذه الخبرة لم تشهد تطوراً نوعياً في العقدين الآخرين لأسباب متعددة. لقد التفتت الدولة الأردنية إلى المشكلة السكانية في منتصف السبعينيات من القرن الماضي، وظهرت ملامح سياسات سكانية أولية في مطلع الثمانينيات، فإلى ذلك الوقت لم تكن الأوضاع السكانية تشكل خطراً حقيقياً وجدياً على موارد الدولة المختلفة.

وعلى الرغم من أن السياسات السكانية قد تأخر ظهورها بشكل واضحٍ ومتكامل، إلا أن الجهود التي ربطت بين الإعلام والقضايا التنموية تعود إلى مرحلة مبكرة قبل تبلور السياسات السكانية بشكل مؤسسي واضح، وإن ركزت تلك الجهود على جوانب التوعية والتسويق الاجتماعي لأفكار الصحة الانجابية و تنظيم الأسرة والطفولة الآمنة ولم تلتفت إلى القضايا السكانية الأخرى.

إن الجهود الإعلامية إزاء المشكلة السكانية تطورت وتضاعفت منذ السبعينيات، وأخذت مناحٍ وأبعادٍ مختلفة تتناسب والتعقيدات التي طرأت على المشكلة نفسها عبر السنوات اللاحقة؛ ومع ذلك لم تكن هذه الجهود تستند إلى رؤية واضحة ومحددة إزاء هذه المشكلة في معظم المراحل تتناسب وطبيعة المشكلة والتعقيدات التي لحقت بها.

وتقسم المراحل التي مر بها الإعلام السكاني والجهود الإعلامية التي بُذلت في التعامل مع المشكلة السكانية منذ منتصف السبعينيات حتى الوقت الحالي، على النحو الآتي:

أ- **مرحلة النشأة والاهتمام بالمشكلة "1976 – 1985":**

اهتم الإعلام الرسمي بالقضايا التنموية منذ نشأته المتمثلة بالصحافة اليومية ومؤسسات البث الإذاعي والتلفزيوني، ومنذ مطلع السبعينيات، أخذت المفاهيم السكانية الأولية تدخل في المحتوى الإذاعي والتلفزيوني، وكانت القضايا السكانية مدمجة بشكل عام مع القضايا التنموية العامة.

تعود مساهمة الإذاعة في قضايا التنمية إلى مرحلة مبكرة من نشأة الإذاعة في الخمسينيات من القرن الماضي، وقد أشار Daniel Lerner في كتابه "تجاوز المجتمع التقليدي" إلى طبيعة النظام الاتصالي السائد في الأردن ودوره في التنمية المحلية[39] في ذلك الوقت، وتحديداً البرامج الإذاعية في مجال محو الأمية والتعليم.

[39] Daniel Lerner (1958) the passing of traditional society modernizing the Middle East, New York, free press.

إن الحدث البارز في هذه المرحلة هو إنشاء "مديرية التدريب والإعلام التنموي" عام 1976 ضمن هيكل وزارة الإعلام. وأنيطت بها مهام أساسية، أبرزها: تدريب الكوادر الإعلامية مباشرة، وإعلام الجمهور بصورة مستمرة عن تطور التنمية الاقتصادية والاجتماعية والثقافية ضمن خطط التنمية الوطنية [40].

ورغم أنه لم يظهر في وثائق المديرية أو في نظام وزارة الإعلام، أي إشارة إلى دور هذه المديرية في الاتصال السكاني غير أن معظم انتاجها كان في الواقع في هذا المجال. وعليه، فإن الدور الذي قامت به في مجال الإعلام السكاني لا يمكن تجاوزه أو التقليل من شأنه؛ حيث نفذت برامج تدريبية عديدة في مجالات الإعلام والتنمية تناولت فيها قضايا السكان والتنمية.

وبقيت هذه المديرية تقوم بدور فاعل في مجال الاتصال السكاني حتى تم الغاؤها وإنهاء دورها من مؤسسة الإذاعة والتلفزيون عام 2004.

وفي مجال الاتصال السكاني؛ شهدت هذه المرحلة إنشاء وحدة التثقيف الصحي في وزارة الصحة عام 1978، وإنشاء وحدة الثقافة السكانية في وزارة العمل عام 1979؛ كما شهدت بدايات مشاريع الخدمات السكانية بين الحكومة الأردنية وصندوق الأمم المتحدة UNFPA، والتي استمرت من عام 1976 – 1986. ومن الجهود القيمة التي شهدتها هذه المرحلة هو مسوح الخصوبة المرافقة للتعداد السكاني منذ عام 1979.

ب- مرحلة الانطلاق "1986- 2004":

تُعد هذه المرحلة بداية الجهود الرسمية المنظمة للتعامل مع المشكلة السكانية؛ حيث أدركت الجهات الرسمية خطورة المشكلة وتداعياتها بسبب التغيرات العديدة التي أصابت التركيبة الديموغرافية للمجتمع الأردني نتيجة لتداعيات أزمة الخليج الأولى والثانية 1991 و 2003؛ فقد بدأت تتبلور سياسات سكانية واضحة، وشهدت هذه المرحلة جهوداً كثيفة للتعامل مع هذه المشكلة وتداعياتها، ويعد مشروع الاتصال السكاني/جامعة اليرموك، من أبرز هذه النشاطات أواخر الثمانينيات؛ وشملت هذه المرحلة تنفيذ ثلاثة مشاريع في الاتصال السكاني بالتعاون مع مديرية الإعلام التنموي وصندوق الامم المتحدة للسكان في الفترة ما بين 1990- 1999.

وخلال هذه المرحلة تم إنشاء "المجلس الأعلى للإعلام" عام 2002؛ إذ تم تكليف هذا المجلس وبموجب الاستراتيجية الوطنية للصحة الانجابية "2003 – 2007" رسم السياسة الإعلامية للمؤسسات الإعلامية الرسمية في مجال السكان. وبقي هذا المجلس يقوم بدوره في مجال التدريب وبناء القدرات والتنسيق في مجال الإعلام السكاني بصفته ممثل

---

[40]- الطويسي، باسم (2015). دراسة تقييم وحدة الإنتاج، والاتصال السكاني. عمان

الإعلام الرسمي حتى عام 2008؛ حيث تم الغاؤه في تلك السنة[41]. ورغم الدور الكبير الذي قام به هذا المجلس في قضايا السكان غير أنه لم يتمكن من رسم سياسة إعلامية محددة في مجال السكان.

ج - مرحلة تعدد الفاعلين في الاتصال والإعلام السكاني "2004- 2016":

السمة الواضحة لهذه المرحلة تبدو في تعدد الجهات التي قدمت خدمات اتصالية في مجال السكان، والتعدد والتنوع الكبير الذي شهدته وسائل الإعلام الأردنية وغياب الإطار المؤسسي التقليدي الذي أطر أنشطة الإعلام السكاني على مدى ثلاثة عقود وهي مديرية الإعلام التنموي.

فقد أسهمت النشاطات والجهود التي بذلها الإعلام والجهات الرسمية والمنظمات المحلية والدولية المختلفة في بلورة وعي الرأي العام الأردني بالقضايا السكانية وبخاصة في مجال الصحة الانجابية و تنظيم الأسرة وقضايا الشباب والمرأة والعمل.

مرت حالة السكان في الأردن في هذه المرحلة بتحولات جوهرية وبعضها متناقضة، منها: انخفاض معدلات الوفيات، وتراجع حجم الأسرة، وتفاوت وعدم استقرار في النمو السكاني بسبب اللجوء والهجرات السكانية القسرية من الدول العربية المجاورة من سورية وقبلها من العراق. وتم خلال هذه المرحلة تنفيذ تعدادين عامين للسكان 2004 و 2015 كما بدأت تظهر سياسات الفرصة السكانية والمرجعات الدورية لها و خطة العمل الوطنية للصحة الانجابية و تنظيم الأسرة للأعوام 2008- 2012 والاستراتيجية الوطنية للصحة الإنجابية/تنظيم الأسرة "2013- 2017".

سبق هذه التطورات صدور قانون المرئي والمسموع لعام 2003، الذي فتح المجال أمام القطاع الخاص والمجتمع لإنشاء محطات الإذاعة والتلفزيون، وبدأت تظهر هذه الوسائل الإعلامية بعد عام 2004، وأدخلت العديد من هذه الوسائل القضايا السكانية في محتواها الإعلامي، وتحديداً الإذاعات المجتمعية[42] والإذاعات المحلية في المحافظات[43] ومؤخراً بعض محطات التلفزيون، كما ازدهرت صناعة الإعلام الرقمي وتصاعدت بقوة قدرة الأردنيين في الوصول إلى الإنترنت التي تجاوزت 83% مطلع 2017، وازداد استخدام مواقع الإعلام والتواصل الاجتماعي.

وفي مجال الاتصال السكاني وكسب التأييد للسياسات السكانية، تعددت الأنشطة الرسمية التي نفذها المجلس الأعلى للسكان وتنوعت خلال هذه المرحلة، وبرز العديد من الفاعلين في دعم وتنفيذ أنشطة الاتصال السكاني، وفي مقدمتها

---

[41]- الطويسي، باسم، دراسة تقييم وحدة الإنتاج والاتصال السكاني في مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية، 2016.

[42]- ظهرت العديد من الإذاعات المجتمعية في الأردن التي ركزت على قضايا سكانية، مثل: إذاعة "فرح الناس" التي اهتمت كثيراً بقضايا الشباب.

[43]- يوجد حالياً "2017" سبع "7" محطات إذاعية في المحافظات، وعلى سبيل المثال اهتمت إذاعة "صوت الجنوب" في معان، بقضايا المرأة والصحة الإنجابية والتخطيط للأسرة وبثت سلسلةً من البرامج في هذا المجال.

UNESCO, Net-med youth, Jordan youth media perception survey ages 18- 29,(2015

برامج الوكالة الأمريكية للتنمية الدولية (USAID) وصندوق الأمم المتحدة للسكان (UNFPA) كما برزت أدوار متعددة لمؤسسات المجتمع المدني.

وتم إنشاء وحدة الانتاج والاتصال السكاني في مؤسسة الإذاعة والتلفزيون عام 2014 بمبادرة من المجلس الأعلى للسكان، وضمن مكون الإعلام المرئي والمسموع في سياسات المجلس، ونتيجة لاعتقاد الشركاء الأساسيين لمؤسسة الإذاعة والتلفزيون بضرورة وجود إطار مؤسسي فرعي داخل هذه المؤسسة يعنى بتقديم الدعم الإعلامي لسياسات السكانية، وإلى هذا الوقت لم تأخذ هذه الوحدة الدور المطلوب منها.

وحديثا ، اخذ الإعلام والاتصال السكاني يستفيد اكثر من شبكات الاعلام الاجتماعي ، وتحديدا في ضوء الانتشار الواسع لهذه الشبكات في اوساط الشباب والاسر الأردنية حيث وصلت نسبة وصول الاردنيين الى الانترنت في عام 2017 نحو 83 % ، كما يوجد في نفس العام نحو 4.8 مليون اردني لديهم حسابات على الفيسبوك ، وتذهب مسوحات حديثةالى ان الشباب الأردني في سن 12- 29 سنة يقضون ما بين 4- ساعات يوميا على الشاشات وتحديدا شاشة الحاسوب او التلفون الذكي[1] .

UNESCO, Net-med youth, Jordan youth media perception survey ages 18- 29,(2015